



G CONSELLERIA
O TRANSICIÓ ENERGÈTICA,
I SECTORS PRODUCTIUS
B I MEMÒRIA DEMOCRÀTICA

ANTEPROYECTO DE LEY DE ÁREAS MUNICIPALES DE IMPULSO COMERCIAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ILLES BALEARS

ÍNDICE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

TÍTULO PRELIMINAR - GENERALIDADES

- Artículo 1 – Objeto
- Artículo 2 – Ámbito
- Artículo 3 – Finalidad de la ley

TÍTULO I – ÁREAS MUNICIPALES DE IMPULSO COMERCIAL

- Artículo 4 – Definición de la AMIC
- Artículo 5 – Objetivos de la AMIC
- Artículo 6 – Naturaleza jurídica
- Artículo 7 – Funciones

TÍTULO II – CONSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

CAPÍTULO I – CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE UNA AMIC

- Artículo 8 – Iniciativa para constituir una AMIC
- Artículo 9 – Formalización de la iniciativa de constitución de una AMIC
- Artículo 10 – Superficie construida ponderada
- Artículo 11 – Procedimiento de constitución de una AMIC
- Artículo 12 – Información Pública y ratificación
- Artículo 13 – Autorización y constitución
- Artículo 14 – Plan de actuación
- Artículo 15 – Estatutos
- Artículo 16 – Convenio
- Artículo 17 – Prórroga del convenio
- Artículo 18 – Comunicación y notificación
- Artículo 19 – Constitución de un Área Municipal de Impulso Comercial que supere el ámbito de un término municipal

CAPÍTULO II - ORGANIZACIÓN

- Artículo 20 – Asamblea General
- Artículo 21 – Junta Directiva
- Artículo 22 – Presidencia
- Artículo 23 – Gerencia
- Artículo 24 – Foros social participativo



G
O
I
B
/

TÍTULO III - FINANCIACIÓN

- Artículo 25 – Fuentes de financiación
- Artículo 26 – Cuotas (general)
- Artículo 27 – Contribuyentes
- Artículo 28 – Exentos
- Artículo 29 – Cuantía de las cuotas obligatorias
- Artículo 30 – Pago de las cuotas
- Artículo 31 – Bonificaciones
- Artículo 32 – Gestión del cobro de cuotas
- Artículo 33 – Impago de cuotas
- Artículo 34 – Presupuesto / Generalidades
- Artículo 35 – Elaboración y aprobación del presupuesto

TÍTULO IV – DURACIÓN Y EXTINCIÓN

- Artículo 36 – Vigencia y renovación
- Artículo 37 – Disolución
- Artículo 38 – Liquidación

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA – CONSEJO INSULAR DE FORMENTERA

DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA – IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA – DESARROLLO REGLAMENTARIO

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA – ENTRADA EN VIGOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

La Constitución española, en el apartado 1 de su artículo 130 establece que los poderes públicos atenderán a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos, lo cual comprende el comercio urbano y las actividades abiertas al público. A su vez, el apartado 1 del artículo 131 del texto constitucional refuerza la ambición de contribuir al equilibrio entre sectores productivos por parte del Estado, cuando abre la posibilidad mediante ley de “atender a las necesidades colectivas, equilibrar y armonizar el desarrollo regional y sectorial”. En paralelo, reparte las competencias en materia de actividad económica entre la administración del Estado y las administraciones autonómicas, reservando de manera exclusiva al primero en su artículo 149, apartado 1, disposición decimotercera, la competencia sobre las bases y la coordinación de la planificación general de la actividad económica, y reconociendo a las Autonomías el derecho a asumir competencias de fomento del desarrollo económico de la Comunidad Autónoma en su artículo 148, apartado 1, disposición decimotercera. El Estatuto de Autonomía de Illes Balears, en el apartado vigesimoprimer de su artículo 30, recoge como competencias exclusivas de la Comunidad Autónoma el fomento del desarrollo económico en el territorio de la Comunidad Autónoma, de acuerdo con las bases y la coordinación general de la actividad económica. Asimismo, el apartado cuadragésimo segundo del mismo artículo establece como competencia exclusiva de la Comunidad Autónoma -siempre sin perjuicio de lo establecido en los artículos 38, 131 y 149 de la Constitución española- la ordenación del comercio interior y la actividad comercial, así como la regulación de las modalidades de venta -sin perjuicio de la legislación mercantil-, las condiciones para ejercer la actividad comercial, y la promoción de la competencia en el ámbito autonómico -sin perjuicio de la legislación estatal y europea-. En el seno de la Administración autonómica, las competencias de ordenación del comercio interior, de equipamientos comerciales y de fomento en materia de comercio corresponden a la Dirección General de Comercio, incardinada en la Conselleria de Transición Energética y Sectores Productivos, en virtud de las funciones y competencias materiales de cada órgano de gobierno determinadas mediante el Decreto 21/2019, de 2 de agosto, de la presidenta de Illes Balears, por el cual se establecen las competencias y la estructura orgánica básica de las consejerías de la Administración de la Comunidad Autónoma de Illes Balears, rectificado por el Decreto 22/2019, de 19 de agosto, de la presidenta de Illes Balears y modificado por el Decreto 36/2019, de 20 de diciembre, de la presidenta de Illes Balears. De acuerdo con el marco constitucional y estatutario expuesto, se dictan las disposiciones de la presente ley, con pleno respeto a las normas básicas en materia de régimen local, y al principio de autonomía municipal.

II



El paisaje comercial en los centros urbanos puede verse dramáticamente alterado por los ceses de la actividad debido a la inviabilidad sobrevenida de sus modelos de negocio, y no menos debido a los cierres estratégicos que anuncian multinacionales de todo origen, con el consiguiente abandono masivo de locales comerciales y de atención al público. No obstante, la inviabilidad de los negocios tradicionales no es un destino ineluctable en la inmensa mayoría de los casos si se obra para modernizarlos y se les ofrecen desde los poderes públicos herramientas para enfrentar, de manera colaborativa, los retos del futuro. En este sentido, el Govern de Illes Balears, lleva varios ejercicios apoyando a negocios comerciales urbanos de todo ámbito sectorial en la vía de la digitalización, la renovación de sus locales, el mancomunado de gastos y el fortalecimiento de su identidad en su entorno urbano con líneas específicas de ayuda al comercio detallista, a los establecimientos emblemáticos, a las políticas comerciales de los municipios y a la creación y el mantenimiento de centros comerciales urbanos a cielo abierto. Es momento de cerrar el círculo con una norma que plantee de manera inequívoca el marco de cooperación finalista que necesitan nuestros centros comerciales tradicionales para *coopetir* de manera más eficaz. No en vano, la vigente ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de Illes Balears, respalda en su preámbulo apuesta decidida por el comercio urbano, con la inclusión de la figura de los centros comerciales urbanos, para impulsar la realización de proyectos dinamizadores del comercio en los núcleos urbanos de los municipios de nuestras islas, que propicie la revitalización de la actividad comercial con la promoción del comercio de proximidad y evite los desplazamientos.

El comercio en suelo urbano en general vive durante los últimos tiempos un proceso acelerado de metamorfosis derivado de los cambios sociales que aporta la innovación tecnológica. Las ciudades de Illes Balears no son ajenas a una dinámica que pone al alcance del consumidor cada vez más servicios y bienes sin necesidad de que éste se desplace de su domicilio para obtenerlos. El comercio electrónico representa en la actualidad un porcentaje elevado de la actividad, con un 52,4% de la ciudadanía balear realizando compras en línea regularmente¹, a la vez que numerosas pequeñas y medianas empresas transforman su organización logística para competir en un contexto de desconcentración urbana creciente. Además de para las tradicionales áreas comerciales de cada barrio o distrito de cada ciudad, esta incipiente descentralización supone un reto también para los poderes públicos responsables de ofrecer y gestionar los servicios públicos municipales evitando desequilibrios económicos, demográficos y medioambientales relevantes.

La coyuntura sanitaria global vigente durante la tramitación del presente texto legislativo presenta, además, visos de impulsar entre la ciudadanía,

1 *Resumen anual de datos de ciudadanía, (2019). Obsímetro. Fundació Balear d'Innovació i Tecnologia, Govern de les Illes Balears.*

paralelamente, el consumo a distancia y la tentación de abandonar los centros urbanos en favor de entornos habitacionales menos densos. Nada indica, hasta el momento, que este proceso vaya a detenerse en el corto plazo.

Se abre ante la sociedad balear, pues, una crucial fase de transición, y corresponde a los poderes públicos arbitrar marcos normativos y mecanismos de previsión frente al riesgo de degradación y pérdida de identidad urbanas que pueda hacer mella, durante el eventual periodo de reajuste, en la propiedad y la actividad de los tradicionales centros comerciales. No es la primera vez que nuestras sociedades viven un movimiento de reflujo desde el centro hacia las periferias, de modo que la experiencia indica la conveniencia de anticiparse a sus efectos perniciosos. Si, en el pasado, la imprevisión ha propiciado el deterioro de las ciudades y de las oportunidades de sus habitantes, en adelante la solución por la que opta la presente norma consiste en promover la organización de los actores implicados en la prosperidad comercial, social y cultural en aras de mantener la calidad de vida, la atractividad y el prestigio de sus áreas urbanas más dedicadas a la actividad comercial.

III

La presente ley autonómica tiene como objetivo posibilitar la creación de Áreas Municipales de Impulso Comercial en el territorio de la Comunidad Autónoma de Illes Balears con la finalidad de promover iniciativas que comporten la revitalización de los centros urbanos, así como la mejora y promoción de otros entornos relacionados.

Reforzar, de manera planificada y sostenida en el tiempo, la vitalidad de las arterias tradicionalmente comerciales en cada ciudad exige que los propietarios de locales comerciales -o los explotadores de los negocios- con acceso desde la vía pública colaboren con las autoridades municipales, así como con las asociaciones vecinales del entorno. Sin embargo, es vital, sobre todo, que cooperen entre sí, aunque a veces también estén destinados a competir entre sí. Este *coopetir* puede materializarse de múltiples modos, como ya lo demuestra la experiencia acumulada durante décadas en países como Canadá, Reino Unido o Alemania. La innovación o la optimización de los sistemas de recogida y entrega de bienes, la carga y descarga de abastecimientos, el acuerdo y la coherencia de las condiciones de las campañas y acciones publicitarias, así como de la estética de rótulos y enseñas, la modernización y diseño común del mobiliario embellecedor en la vía pública, el acuerdo del marco de los eventos de animación o gastronómicos, la puesta en común de guías sobre las instalaciones durante las obras de construcción o remodelación de locales destinados al público, la optimización de la recogida de residuos y basuras, la planificación de los sistemas complementarios de seguridad, las iniciativas de promoción de la igualdad en el sector comercial, o los planes de ofertas y bonos de promociones y descuentos para residentes en una zona delimitada o para clientes en general son, a título de ejemplo no exhaustivo, oportunidades que pretende facilitar la presente norma

reguladora del marco para la constitución de áreas municipales de impulso comercial en Illes Balears.

La presente ley viene a complementar el conjunto de herramientas hasta ahora disponibles para facilitar la cooperación entre negocios urbanos con acceso para el público. Hasta ahora basadas en asociaciones de carácter voluntario, las soluciones tradicionales pueden combinarse ahora con esta herramienta para generar una mayor afiliación de enseñanzas, sortear cualquier eventual dependencia de las ayudas públicas, dejar atrás su endémica escasez de fondos propios y encadenar una nueva ola de profesionalización. La figura de las áreas municipales de impulso comercial (AMIC), inspirada en la figura canadiense conocida como *Business Improvement Districts* (BID) es la de una organización dirigida y gestionada por sus socios privados, y autorizada por el poder público municipal, con el propósito de prestar servicios públicos complementarios dentro de una zona geográfica cuyo perímetro se fija previamente sobre plano, con cargo a un presupuesto de ingresos con origen fundamentalmente en contribuciones obligatorias efectuadas cada año por los propietarios de -o los empresarios explotadores de los negocios en- locales de negocio con acceso público presente en dicha zona.

Estas áreas de impulso comercial se gestionan de manera autónoma y democrática, y actúan con responsabilidad financiera propia. Se caracterizan, no está de más subrayarlo, por la flexibilidad y la capacidad de adaptación a cada entorno geográfico, socioeconómico o cultural. Entre los retos relacionados que se entiende abordar mediante la presente ley sobre áreas municipales de impulso comercial en Illes Balears se hallan la regeneración comercial, la regeneración urbana y la revitalización del entorno histórico. Como herramienta de constitución voluntaria y de implicación obligatoria una vez constituida, la AMIC reúne los elementos necesarios para el crecimiento de la captación de inversiones y tiene por misión aportar un marco seguro y estable para la organización de eventos y espectáculos que, a su vez, atraigan la demanda, asienten el dinamismo de la zona en cuestión y refuercen la imagen identitaria de la misma, así como su prestigio. La presente norma entiende, además, facilitar la autoorganización de los propietarios y explotadores de locales de negocio abiertos al público para desarrollar iniciativas de mejora la calidad medioambiental, de facilitación de la movilidad y de refuerzo de la responsabilidad social corporativa y vecinal. La norma provee del margen óptimo para un impulso de la apariencia del paisaje urbano mediante planes plurianuales de mejora de la limpieza, la señalización, la iluminación o la ornamentación y el mobiliario del viario concernido por cada área de impulso comercial, así como la gestión compartida de servicios destinados a sus miembros tales como logística, distribución de mercancías, relaciones con proveedores o digitalización. Por último, la presente norma se abre a las posibilidades de que los socios puedan recibir de la propia AMIC servicios de asistencia y formación puntual o permanentes.

Sólo se constituirán Áreas Municipales de Impulso Comercial allí donde los empresarios y profesionales opten por promoverlas y reúnan el respaldo de los



potenciales beneficiarios de sus actuaciones y se comprometan a financiarlas, por lo que su creación nunca podrá imponerse desde los poderes públicos. A cambio, y puesto que las actuaciones de las AMIC pueden afectar al interés general y el espacio público, cabe resaltar que éstas no supondrán en caso alguno una gestión privada del espacio público, y que las actuaciones de las AMIC no sustituyen las prestaciones, servicios y responsabilidades a las que está obligada la Administración pública. Para garantizar estas condiciones se somete la constitución de una AMIC a la autorización del Ayuntamiento mediante un convenio en el que se coordine la colaboración y la defensa de los intereses público-privados, al tiempo que la autorización se somete, a su vez, a la comprobación de que el Plan de Actuación propuesto ni contraviene al interés general ni invade competencias públicas. Seguidamente, se garantiza la presencia de un representante del Ayuntamiento concernido en la asamblea general y la junta directiva de la AMIC. Por último, en coherencia con lo expuesto, las AMIC tampoco podrán ostentar representación patronal alguna.

IV

La AMIC es una herramienta, no un fin en sí mismo. Su existencia se encuentra limitada en el tiempo, y su carácter es marcadamente finalista en su ámbito y capacidades de actuación, por lo que su objeto y alcance se deben ceñir en exclusiva al proyecto específico por el que se crea y por un periodo de tiempo delimitado y predefinido desde su constitución.

Cada AMIC se sostiene, básicamente, en la existencia de un interés de las empresas (comercios de bienes o servicios en su mayoría) de una determinada zona geográfica, que definen un proyecto estratégico común en combinación con el interés general. En la práctica, la AMIC constituye una herramienta para canalizar recursos económicos del sector privado con vistas a materializar actuaciones predefinidas en un proyecto -o plan- estratégico, estando todas las actividades de negocio comprendidas en la zona definida obligadas al pago de las cuotas correspondientes una vez aprobada la constitución de dicha AMIC. Dichas cuotas tienen la naturaleza de prestación patrimonial de carácter público no tributaria.

En efecto, son rasgos fundamentales de las AMIC, por un lado, la obligatoriedad del pago de la cuota para cada miembro y, por otro, la gestión pública del cobro de la misma. La primera incentiva la implicación de los miembros de la AMIC, enfatiza el valor de las ideas que aporten y de las iniciativas que propongan, fortalece y solidariza la identidad de grupo entre los miembros, y tiende a reforzar la aceptación entre los habitantes dentro de su entorno urbano. La segunda neutraliza la aparición de agentes que se benefician de las actuaciones de la AMIC sin contribuir a su sostenimiento económico y minimiza controversias entre sus miembros.

V



La estructura de la presente ley autonómica de Áreas Municipales de Impulso Comercial de Illes Balears se divide en cinco títulos, dos disposiciones adicionales y dos disposiciones finales.

El Título Preliminar se limita a las disposiciones generales en relación con el objeto de la Ley, su ámbito de aplicación y sus finalidades.

El Título I se centra en definir las áreas de impulso comercial, sus objetivos y su naturaleza jurídica, así como establecer una lista de sus potenciales funciones.

El Título II se divide en dos capítulos orientados a regular el proceso de constitución de un área de impulso comercial, los órganos de gobierno y gestión que la conforman y su funcionamiento una vez autorizada por el poder público. La constitución de las áreas de impulso comercial se deberá someter a iniciativa exclusiva de los agentes económicos, estando condicionada a unos mecanismos que garanticen su origen y funcionamiento democráticos, así como un equilibrio ponderado entre los tenedores de locales de pequeñas y grandes superficies. Junto a ello, se confiere el poder de autorización de constitución de una AMIC al o los consistorios en cuyos términos municipales se halle delimitada. Este mismo título contiene las disposiciones sobre el convenio que deben suscribir obligatoriamente proponentes y ayuntamientos en aras de fijar el plan de actuación y el presupuesto de la AMIC para los años de su vigencia, todo ello sin invadir competencias ni asumir obligaciones propias de la Administración pública. Por último, prevé un foro consultivo en el que puedan participar vecinos y representantes de la sociedad civil.

El Título III se consagra a las fuentes de financiación de las áreas de impulso comercial, al cálculo de las cuotas obligatorias y su distinción con respecto de las aportaciones voluntarias. Además, contiene una disposición que pone en manos de la corporación local la gestión del cobro de las cuotas, lo cual supone un importante seguro para evitar incumplimientos, diferendos y disfunciones derivadas.

El Título IV está dedicado a la duración y la extinción de un área de impulso comercial, reservando la posibilidad de su renovación por otro periodo de años. Seguidamente, la disposición adicional primera establece la equivalencia competencial entre el ayuntamiento y el Consell Insular de Formentera a efectos de la presente ley, mientras que la disposición adicional segunda versa sobre la equivalencia de género en relación con las menciones en uno solo dentro de la norma.

Por último, las disposiciones finales se centran en habilitar el desarrollo reglamentario de esta ley y en establecer su entrada en vigor.



TÍTULO PRELIMINAR - GENERALIDADES

Artículo 1 - Objeto

La presente Ley tiene por objeto regular la creación y el funcionamiento, mediante la colaboración público-privada, de las Áreas Municipales de Impulso Comercial orientadas hacia la dinamización y la cohesión sociales, la diversificación productiva, el desarrollo económico sostenible e inclusivo, la modernización del tejido comercial, el equilibrio de los flujos demográficos y las actividades en suelo urbano, el abastecimiento de bienes y servicios en condiciones competitivas a la ciudadanía y el logro de los objetivos de transición energética y lucha contra el cambio climático en cada municipio de la Comunidad Autónoma.

Artículo 2 – Ámbito

La presente Ley se aplica a las Áreas Municipales de Impulso Comercial en el territorio de la Comunidad Autónoma de Illes Balears.

Artículo 3 – Finalidad de la ley

La presente Ley tiene por objetivos los siguientes:

- a) Facilitar la colaboración público-privada que contribuya a revitalizar el atractivo de los entornos urbanos, exceptuando los polígonos con suelo dedicado de modo predominante a la actividad industrial;
- b) Enfrentar con éxito los desafíos al equilibrio urbano y socioeconómico de nuestras ciudades que supone la proliferación de grandes y muy grandes superficies comerciales o centros de negocios, el comercio digital, el abandono de las arterias comerciales tradicionales por parte de las franquicias comerciales, la reticencia coyuntural a compartir el espacio público e interactuar en él producida por la alarma social derivada de crisis epidemiológicas, así como la inestabilidad de los flujos turísticos;
- c) Reforzar las condiciones propicias a la diversificación económica;
- d) Generar las condiciones propicias y las herramientas legales para la modernización gestora y tecnológica a lo largo de toda la vida de los negocios comerciales presentes en el espacio urbano en combinación con la tendencia asentada a la peatonalización de las arterias comerciales;
- e) Articular una fórmula legal que permita obtener una financiación estable y suficiente, mediante las aportaciones obligatorias de los agentes económicos de una determinada zona geográfica;
- f) Favorecer inversiones adicionales destinadas a fortalecer la economía local y la generación de empleo;
- g) Propiciar actuaciones rehabilitadoras, renovadoras y regeneradoras de iniciativa y gestión privada, en cooperación con los ayuntamientos;
- h) Impulsar un enfoque estratégico y proporcionar un espacio de colaboración entre distintos intereses locales, que incluya a quienes ostenten la propiedad de



bienes inmuebles, a profesionales, al empresariado, a autoridades locales y comunidades de vecinos y usuarios.

TÍTULO I – ÁREAS MUNICIPALES DE IMPULSO COMERCIAL

Artículo 4 – Definición de la AMIC

1. Las Áreas Municipales de Impulso Comercial son zonas geográficas de un municipio delimitadas siguiendo las disposiciones de los artículos 8 y 9 de la presente Ley, autorizadas por la corporación local competente, orientadas a la colaboración mutua y la prestación de servicios públicos complementarios, y gestionadas por una entidad privada sin ánimo de lucro.
2. Las entidades de gestión de las Áreas Municipales de Impulso Comercial están constituidas por quien ostente la titularidad de la actividad económica o la propiedad de inmuebles desocupados susceptibles de alojar actividades económicas dentro del perímetro geográfico del Área.
3. No se aplicarán las disposiciones de la presente ley a las zonas urbanas cuya actividad económica predominante sea de carácter industrial y, en especial, los polígonos industriales.
4. Las Áreas Municipales de Impulso Comercial se financian con cargo a las contraprestaciones económicas o cuotas establecidas de manera obligatoria, que llevarán aparejada la condición de prestaciones no tributarias de carácter público en los términos previstos por el artículo 31.3 de la Constitución Española, y la disposición adicional primera de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria, así como a otros recursos referidos en el artículo 25 de la presente Ley.
5. Las prestaciones patrimoniales no tributarias de carácter público a que se refiere el presente artículo han de regularse mediante ordenanza municipal y calcularse según los parámetros establecidos por la presente Ley y el convenio previsto en el artículo 16.
6. Estas entidades se gestionan de manera autónoma y actúan con responsabilidad financiera propia.

Artículo 5 – Objetivos de la AMIC

1. Las Áreas Municipales de Impulso Comercial se constituirán con el objetivo de promover la modernización, la competitividad y el empleo de los negocios adscritos al Área, así como el atractivo del espacio público urbano en el que se hallen delimitadas. Asimismo, consolidarán un modelo de ciudad compacta, diversificada, cohesionada y medioambientalmente eficiente.
2. A tales fines, cada Área Municipal de Impulso Comercial debe:
 - a) aprobar su plan de actuación, ejecutar sus presupuestos y materializar las medidas de dicho plan en el plazo establecido de su vigencia;
 - b) coordinar con la administración local competente la realización de cuantas actividades, propuestas y sugerencias sean de interés para el cumplimiento de sus fines;
 - c) colaborar con cuantas Administraciones, entidades, corporaciones de derecho público y privado y, en general, con cuantos agentes estén relacionados con las



actividades económicas que se desarrollen o puedan incidir en su zona geográfica delimitada.

Artículo 6 – Naturaleza jurídica

Las Áreas Municipales de Impulso Comercial están gestionadas por entidades privadas sin ánimo de lucro, con capacidad de obrar y personalidad jurídica propia y distinta de la de las personas físicas o jurídicas que las constituyan, y estarán regidas por lo dispuesto en la presente Ley, en las normas que la desarrollen y en sus respectivos estatutos internos. De manera supletoria, se regirán por las normas de derecho privado para su organización y funcionamiento.

Artículo 7 – Funciones

1. Las funciones de la Entidad de Gestión de cada Área Municipal de Impulso Comercial se definen en el Plan de Actuación de la misma.

2. El Plan de Actuación debe prever como mínimo alguna de las siguientes funciones:

- a) La regeneración comercial, urbana o turística;
- b) La diversificación económica mediante la captación inversora y el uso de locales sin actividad;
- c) La organización de eventos y espectáculos dentro de los locales o en la vía pública en aras de fortalecer los rasgos identitarios del Área y multiplicar la interacción entre vecinos, visitantes y negocios;
- d) La intervención para avanzar en la descarbonización, la eficiencia y el autoconsumo energéticos, la optimización y mejora de los recursos hídricos, la lucha contra el cambio climático y la preservación del medioambiente;
- e) La seguridad de los espacios públicos y de los establecimientos, locales y negocios de la zona;
- f) La mejora de la movilidad peatonal o mecánica mediante propuestas de reordenación acordadas con la autoridad local competente;
- g) La mejora ornamental y estética del espacio urbano delimitado por el Área mediante el desarrollo de actuaciones suplementarias de limpieza, iluminación, señalización, ornamentación o mobiliario, combinando medios tradicionales, innovación tecnológica y propuestas de vanguardia;
- h) El refuerzo de la responsabilidad social corporativa y la igualdad en el ámbito de la actividad económica;
- i) La promoción de la adhesión a sistemas de arbitraje de consumo;
- j) La asistencia a sus miembros y a su formación permanente en el desarrollo de sus actividades, así como la gestión compartida de servicios de logística, distribución de mercancías, relaciones con proveedores o digitalización;
- k) Elevar a la corporación local competente la propuesta de elaboración de herramientas de planificación urbanística, así como de regulación y ordenanzas;



l) Elevar a la corporación local competente una propuesta de vigilancia especial del Área, de acuerdo con lo previsto en el RDL 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la ley reguladora de haciendas locales;

m) Elevar a la corporación local competente la propuesta de calificación de zona turística;

n) Cualquier otro que contribuya a modernizar, generar competitividad y atractivo, y mejorar la vida de los negocios, de sus empleados y de los habitantes del Área delimitada.

2. Las iniciativas llevadas a cabo por el Área Municipal de Impulso Comercial no podrán suponer substitución o menoscabo de las que por ley o decisión propia de las autoridades lleven a cabo las distintas administraciones públicas.

TÍTULO II – CONSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

CAPÍTULO I – CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE UNA AMIC

Artículo 8 – Iniciativa para constituir una AMIC

1. La iniciativa para constituir una AMIC corresponde a las personas que acrediten ser titulares de la posesión de un 25%, como mínimo, del conjunto de los locales definidos en el punto 2 del presente artículo, y que a su vez representen al menos un 25% de la superficie construida ponderada de los locales incluidos en el ámbito geográfico de la AMIC que se propone constituir.

2. A los efectos de la presente ley, se considera como local tanto un inmueble como una parte del mismo, siempre que dispongan de un acceso directo desde la vía pública al espacio en el que se ejerza o en el que sea susceptible de ejercerse una actividad económica empresarial terciaria. Asimismo, se considerará también como local todo solar no edificado con capacidad de acoger una edificación en la que poder desarrollar cualquier tipo de actividad económica empresarial terciaria.

3. Quedan excluidos de esta definición los locales en donde se lleven a cabo actividades sin ánimo de lucro, o actividades industriales, agrícolas o no empresariales.

Artículo 9 – Formalización de la iniciativa de constitución de una AMIC

1. Las personas que lleven a cabo la iniciativa de constituir una AMIC, deberán formar una Comisión promotora encargada de formalizar la solicitud dirigida a la autoridad municipal competente para su autorización.

2. La iniciativa deberá adoptar la forma de una solicitud acompañada de, al menos, los siguientes documentos:

a) Identificación de quienes integren la Comisión promotora, así como su domicilio a efectos de notificaciones.

b) Memoria justificativa, incluidos los planos a escala, de la delimitación exacta del área geográfica y de su viabilidad económica.

c) Relación concreta e individualizada de los y las titulares de actividades económicas y de quienes ostentan la propiedad de inmuebles desocupados susceptibles de poder alojar actividades económicas, situados en la zona previamente delimitada.



d) Acreditación del respaldo a la propuesta inicial de, al menos, el 25% de los sujetos referidos en el apartado anterior, que manifestarán fehacientemente su consentimiento a la constitución, al plan de actuación propuesto y, expresamente, a la obligación de contribuir a su presupuesto.

e) Propuesta inicial de Estatutos de la entidad de gestión.

f) Propuesta inicial de Plan de Actuación, que incluya la descripción de las actividades previstas durante el período de vigencia y un proyecto de presupuesto detallado, con una memoria justificativa de la viabilidad de ambos.

g) Propuesta inicial de convenio con la autoridad municipal competente para la autorización.

3. Reglamentariamente podrá especificarse el contenido de la documentación mencionada en el apartado anterior y añadirse, si fuera preciso, otra adicional. El ente local competente podrá establecer una tasa por la tramitación de la solicitud y por facilitar la información pertinente para la constitución del Área Municipal de Impulso Comercial a la Comisión promotora.

4. Si la solicitud de iniciación no reúne los requisitos exigidos en el apartado 2 de este artículo, la autoridad municipal competente requerirá a la Comisión promotora para que subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos en el plazo de diez días hábiles, con indicación de que, si así no lo hiciera, se la tendrá por desistida de su petición y por terminado el procedimiento, previa resolución dictada en los términos previstos en el artículo 68 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

5. Tras comprobar la documentación presentada, en el plazo de un mes desde la presentación de la solicitud, la autoridad municipal competente, adoptará cualquiera de los siguientes acuerdos:

a) Desestimación de la solicitud por causa justificada en ejercicio de las potestades públicas; por no reunir la iniciativa la suficiente solvencia económica, financiera o técnica; o en el caso de que en la misma zona geográfica ya exista o se haya propuesto con anterioridad otro Área de Impulso Comercial con finalidades semejantes.

b) Aceptación de la solicitud e inicio del procedimiento para la constitución del Área de Impulso Comercial, conforme a lo establecido en los artículos siguientes.

6. Transcurrido el plazo máximo para resolver sin haberse dictado y notificado resolución expresa, se entenderá que la solicitud ha sido desestimada.

Artículo 10 – Superficie construida ponderada

La superficie construida ponderada de la AMIC (SCPA) es la suma de todas las superficies construidas ponderadas de los locales (SCPL) incluidos en la AMIC, calculadas, a su vez, por tramos siguiendo la fórmula siguiente:

$$SCPA = sc1 + 0,5 sc2 + 0,25 sc3 + 0,1 sc4 + 0,05 sc5 + 0,01 sc6$$

SCPL = superficie construida ponderada del local

sc1 = superficie construida catastral del local, hasta 300 m²

sc2 = superficie construida catastral del local, superior a 300 m² hasta 800 m²



sc3 = superficie construida catastral del local, superior a 800 m2 hasta 1.300 m2
sc4 = superficie construida catastral del local, superior a 1.300 m2 hasta 2.500 m2
sc5 = superficie construida catastral del local, superior a 2.500 m2 hasta 10.000 m2
sc6 = superficie construida catastral del local, superior a 10.000 m2

Artículo 11 – Procedimiento de constitución de una AMIC

1. En el plazo de diez días hábiles desde la aceptación de la solicitud, la autoridad municipal creará un grupo de trabajo integrado por representantes municipales y por los designados por la Comisión promotora, así como por un representante de cada una de las demás Administraciones públicas cuyas competencias pudieran verse afectadas. El grupo de trabajo estará presidido por el o la edil que designe el Ayuntamiento.
2. El grupo de trabajo debe elaborar una propuesta del Plan de Actuación y del presupuesto del Área Municipal de Impulso Comercial. Deberá, asimismo, formular una propuesta del convenio de colaboración que habrá de ser suscrito entre el Ayuntamiento competente y el Área Municipal de Impulso Comercial, en el que se concreten los compromisos adquiridos por cada una de las partes y todos los extremos que se especifican en el artículo 16 de la presente ley autonómica. Estos documentos habrán de ser aprobados por la Comisión promotora del Área Municipal de Impulso Comercial. Si dicha aprobación no se produjera en el plazo de tres meses desde la fecha en que le fueran oficialmente comunicadas las propuestas derivadas de las actuaciones del grupo de trabajo, la solicitud será desestimada por el Ayuntamiento.
3. Aprobada la propuesta del grupo de trabajo, el Ayuntamiento solicitará a los servicios municipales competentes que emitan en el plazo de un mes el correspondiente informe preceptivo, que deberá pronunciarse sobre:
 - a) La adecuación de las acciones contenidas en el Plan de Actuación a los intereses generales, velando por que no se produzca una invasión de las competencias públicas con las actuaciones privadas previstas, así como su viabilidad financiera y la condición ajustada a la realidad sin coincidencias con otras AMIC de la zona geográfica proyectada.
 - b) La razonabilidad y viabilidad del presupuesto previsto para ejecutar el Plan de Actuación y de las aportaciones obligatorias a que dará lugar.
 - c) La legalidad del convenio propuesto.
4. Este informe será vinculante para el Ayuntamiento que, en el caso de que sea desfavorable, deberá resolver denegando la solicitud y dando por terminado el procedimiento. No obstante, cuando la propuesta adolezca de defectos susceptibles de subsanación, podrá emitirse un informe motivado en el que se prevea su devolución al grupo de trabajo junto con el requerimiento para que subsane la falta o acompañe los documentos pertinentes en el plazo de diez días hábiles, con indicación de que, si así no lo hiciera, se denegará la solicitud y dará por terminado el procedimiento. Además del informe preceptivo, el Ayuntamiento podrá solicitar, facultativamente, todos aquellos informes que considere



convenientes para valorar adecuadamente la solicitud de constitución del Área de Impulso Comercial. En este caso, si alguno de los informes solicitados no se emitiese en plazo, se entenderá favorable.

5. En el plazo de diez días hábiles desde la recepción del informe preceptivo favorable, el Ayuntamiento hará entrega a la Comisión promotora de la información de que disponga para identificar a los y las titulares de las actividades económicas y a quienes ostentan la propiedad de los bienes inmuebles desocupados aptos para poder alojar actividades económicas en la zona, con el objeto de que pueda confeccionarse un censo y llevarse a cabo la campaña de información, difusión y de adhesión, a los efectos de la ratificación prevista en artículo 12 de la presente ley autonómica.

6. Los y las titulares de actividades económicas y de bienes inmuebles desocupados descritos en el párrafo anterior deberán facilitar los datos necesarios para la formación del censo de participantes en el proceso de ratificación, en los términos del artículo 90 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales. Asimismo, el Ayuntamiento realizará las proyecciones pertinentes para proporcionar a la Comisión promotora el total de los valores catastrales de los bienes inmuebles situados en la zona, para que los afectados puedan conocer la aportación que tendrán que pagar obligatoriamente en aras de financiar el presupuesto del Área Municipal de Impulso Comercial proyectada. Mediante ordenanza municipal se determinará la formación del censo, la publicidad que se le debe dar, así como el procedimiento de presentación y resolución de reclamaciones contra el mismo.

7. En el plazo máximo de treinta días hábiles contados desde el día siguiente al de la emisión del informe preceptivo favorable, corresponderá al Pleno del Ayuntamiento acordar la aprobación provisional, conforme al procedimiento establecido en la normativa de régimen local aplicable, antes de proceder a la convocatoria del procedimiento para que la propuesta pueda ser ratificada por los y las titulares de actividades económicas y por quienes ostentan la propiedad de bienes inmuebles desocupados susceptibles de poder alojar actividades económicas comprendidos en el Área Municipal de Impulso Comercial proyectada.

Artículo 12 – Información Pública y ratificación

1. El Ayuntamiento someterá a información pública durante un plazo no inferior a treinta días hábiles la propuesta del Plan de Actuación, el presupuesto del Área Municipal de Impulso Comercial para todo su período de vigencia y el convenio provisionalmente aprobados, previo anuncio en el Boletín Oficial de las Islas Baleares (BOIB) y en su sede electrónica, con indicación expresa de que las y los participantes en el proceso de ratificación tienen derecho a oponerse a la constitución del Área de Impulso Comercial. El Ayuntamiento adoptará las medidas necesarias para garantizar que la documentación sometida a



información pública tenga la máxima difusión entre el público, utilizando los medios electrónicos y otros medios de comunicación.

2. Podrán participar en el proceso de ratificación quienes, en caso de constitución del Área Municipal de Impulso Comercial, tengan la obligación de satisfacer la aportación para financiar su presupuesto, de acuerdo con el apartado 2 del artículo 27 de la presente ley autonómica. A todos ellos, la Comisión Promotora deberá comunicarles la apertura del trámite de información pública, al menos quince días antes de su inicio. Los y las participantes en el proceso de ratificación podrán solicitar al Ayuntamiento información individualizada relativa al importe de la aportación que, en su caso, deberán satisfacer.

3. Si un 25 % de los y las participantes en el proceso de ratificación que, a su vez, deban cubrir con sus aportaciones obligatorias un 35% del presupuesto de la entidad, declaran que se oponen a la constitución del área, el Ayuntamiento denegará la solicitud de la Comisión Promotora. En el caso de que no se alcancen estos porcentajes de oposición, la propuesta de creación del Área de Impulso Comercial será aceptada.

4. Los establecimientos comerciales colectivos definidos en el artículo 11.2 de la Ley 11/2014, de 15 de octubre, de Comercio de las Illes Balears, serán considerados como un único local.

5. En el supuesto de cotitularidad del derecho de posesión sobre un mismo local, las personas cotitulares designarán formalmente a un representante que sea quien ejerza el derecho de oposición durante el proceso de ratificación.

6. En el plazo máximo de diez días hábiles desde la finalización del proceso de ratificación, el Ayuntamiento hará público el resultado de la aceptación o denegación de la constitución del Área Municipal de Impulso Comercial solicitada, tanto en su web oficial como en su tablón de anuncios, así como notificarlo a todos los titulares del derecho de posesión de los locales de la AMIC.

Artículo 13 – Autorización y constitución

1. Verificada por el Ayuntamiento la correcta ratificación de la propuesta del Área Municipal de Impulso Comercial en los términos señalados en el artículo anterior, en el plazo máximo de treinta días hábiles desde la finalización del trámite de información pública y conclusión del proceso de ratificación, se procederá a autorizar la constitución de la entidad mediante el acuerdo favorable del Pleno de la corporación, adoptado conforme al procedimiento establecido en la normativa de régimen local aplicable. En el caso de que el Pleno rechace la constitución, la Comisión promotora del Área Municipal de Impulso Comercial tendrá por desestimada su solicitud.

2. En el caso de que el Pleno acuerde la constitución del Área Municipal de Impulso Comercial, se celebrará una asamblea constituyente de su entidad gestora. A tal efecto, la Comisión promotora deberá notificar la fecha y el lugar en que tendrá lugar el acto de constitución a quienes tengan la obligación de satisfacer la aportación prevista en el apartado 1 del artículo 26 de la presente ley autonómica, haciéndoles saber que tienen derecho, si así lo desean, a formar



parte de la entidad gestora. El acuerdo de constitución de la entidad gestora se formalizará en el plazo de dos meses contado desde la fecha de la notificación del acuerdo favorable del Pleno, mediante escritura pública otorgada por las personas designadas por la asamblea constituyente, que será objeto de inscripción en el correspondiente registro, y habrá de incluir en todo caso:

- a) La denominación del Área Municipal de Impulso Comercial y su domicilio.
- b) La identidad de las y los miembros que constituyen el Área Municipal de Impulso Comercial, que alcanzará a quienes tengan la obligación de pagar la aportación para financiar el presupuesto de la entidad que manifiesten su voluntad de formar parte de ella.
- c) La ratificación de la voluntad de constituir un Área Municipal de Impulso Comercial.
- d) Los Estatutos de la entidad, cuyo contenido se ajustará a las prescripciones del artículo 15.
- e) La designación de las personas encargadas inicial y provisionalmente del gobierno y de la representación de la entidad.
- f) El patrimonio fundacional.
- g) Lugar y fecha de otorgamiento del acta fundacional, y firma de las personas designadas en la letra e).

3. La ratificación y posterior autorización de la AMIC vincula a todas las personas titulares del derecho de posesión de los locales de la zona geográfica delimitada a partir de la notificación a la dirección general competente a la que hace referencia el artículo 18.3 de la presente ley. Las personas titulares del derecho de posesión de los locales de la zona geográficamente delimitada quedarán sujetas a las obligaciones derivadas del convenio suscrito con el Ayuntamiento durante todo el periodo de vigencia de la AMIC.

4. Los cambios de titularidad en el derecho de posesión que se produzcan durante la vigencia de la AMIC implicarán la subrogación de la nueva persona titular en los derechos y obligaciones inherentes a la pertenencia a la AMIC. Con antelación a la formalización de los cambios de titularidad en el derecho de posesión de los locales habrá de informarse al aspirante a titular de los derechos y obligaciones inherentes a su pertenencia a la AMIC.

Artículo 14 – Plan de actuación

1. El Plan de actuación es la herramienta que proyecta las metas de la AMIC y describe los instrumentos, las funciones y las medidas que llevar a cabo para alcanzarlas. Debe respetar en toda su extensión las finalidades de interés general enumeradas en el artículo 3. El Plan de actuación comprenderá como mínimo:

- a) Una memoria justificativa de las funciones básicas que se pretenden desarrollar con la creación de la AMIC, de acuerdo con el artículo 7.
- b) Un programa de actuaciones que detalle las implicaciones y problemas que se desea abordar, las metas perseguidas y la justificación de las medidas propuestas, con inclusión de las encaminadas a favorecer la igualdad en el ámbito de la actividad económica. El programa de actuaciones debe describir de manera



exhaustiva, pormenorizada y según las distintas y sucesivas fases en que se subdivide aquellos servicios, mejoras y acciones de gestión y modernización que se propongan; hará lo propio con los beneficios que deban comportar dichas actuaciones en relación con los servicios existentes o los de nueva creación.

c) Un proyecto de presupuesto del gasto necesario para su desarrollo, precisando e individualizando las partidas para la materialización o implantación de los servicios, acciones, medidas y mejoras sugeridas en función de las fases previstas, así como los costes imputables a la gestión del proceso de constitución de la AMIC, incluidos los derivados del ejercicio del cobro de las cuotas de concierto con la hacienda local pertinente. Asimismo, el proyecto de presupuesto debe indicar la reserva financiera destinada a compensar los incrementos imprevisibles de costes de las actuaciones proyectadas y la provisión por pérdidas de ingresos provocados por la morosidad en el pago de las cuotas.

d) Una relación detallada y exhaustiva de las fuentes de financiación de la AMIC.

e) Las reglas que seguir para el cobro de las cuotas de conformidad con el artículo 32, junto con la indicación de la forma y los términos de abono de las cuotas.

f) El periodo de duración de las medidas contenidas en el proyecto, que no puede ser inferior a 3 años ni superior a 5, así como un cronograma para la implantación de los servicios, mejoras, medidas o acciones propuestas.

g) La descripción de los mecanismos y criterios de evaluación de los resultados obtenidos y de la consecución de las metas del Plan de actuación en relación con los beneficios y mejoras previstos.

Artículo 15 – Estatutos

1. Los Estatutos de la entidad de gestión de la AMIC deberán respetar los términos de la presente ley autonómica y contener al menos las siguientes disposiciones:

a) La denominación de la entidad, que no podrá coincidir ni inducir a confusión con la de otra ya existente. En su denominación deberá figurar necesariamente la expresión "Área Municipal de Impulso Comercial".

b) El domicilio social.

c) El objeto social, que incluirá la promoción del desarrollo, el atractivo y la competitividad económica y la cohesión social del ámbito territorial de actuación.

d) La duración de la AMIC.

e) El ámbito territorial de actuación y mecanismos para la ampliación o reducción del Área Municipal de Impulso Comercial.

f) Los derechos y las obligaciones de las personas que integren la entidad de gestión.

g) El procedimiento de adhesión y separación de las personas titulares del derecho de posesión de los locales comprendidos en el ámbito geográfico de la AMIC, que deberá en todo caso garantizar la no discriminación entre unos titulares y otros en relación con las condiciones y los costes de pertenencia o de separación.



- h) El régimen de los órganos de gobierno del Área de Impulso Comercial, que deberán responder a un funcionamiento democrático, en el que se concreten la composición, funciones, duración, procedimientos de actuación, mayorías en acuerdos, derecho de voto y garantías de sus miembros. Los estatutos han de prever al menos un órgano colegiado de gobierno, la asamblea general, de la que formarán parte todos los miembros; así como la presidencia, la secretaría y una gerencia como órgano de administración.
 - i) El procedimiento para la modificación de los estatutos.
 - j) El procedimiento para modificar y prorrogar el convenio con el Ayuntamiento.
 - k) Una relación de las fuentes de financiación de la entidad.
 - l) Las causas y el procedimiento de disolución y liquidación del Área Municipal de Impulso Comercial, así como una previsión del destino del patrimonio sobrante en caso de disolución de la entidad de gestión.
2. Los Estatutos podrán ser objeto de desarrollo mediante reglamentos de régimen interno.

Artículo 16 – Convenio

1. Constituida el Área Municipal de Impulso Comercial y su entidad gestora, el Ayuntamiento procederá a la formalización del convenio de colaboración con la entidad en el plazo máximo de treinta días hábiles.
2. El convenio suscrito entre el Ayuntamiento y el Área Municipal de Impulso Comercial tiene la naturaleza de convenio de colaboración en los términos del artículo 47, apartado 2, letra c) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y en los términos de la Ley 3/2003, de 26 de marzo, de régimen jurídico de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, y el Decreto 41/2011, de 20 de mayo, por el cual se regula el Registro de Convenios y Acuerdos de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears.
3. Incluirá, como mínimo, las materias que señala el artículo 49 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y especificará, al menos, los siguientes extremos:
 - a) La identificación de las partes que suscriben el convenio y de las personas físicas que actúan en su representación.
 - b) Las actuaciones que el Área Municipal de Impulso Comercial se compromete a ejecutar, así como las modalidades de colaboración con el Ayuntamiento, indicando su distribución temporal por anualidades y su imputación presupuestaria.
 - c) Las obligaciones y compromisos económicos que, en su caso, asuma el Ayuntamiento.
 - d) La forma de participación del Ayuntamiento en los órganos del Área de Impulso Comercial.
 - e) Las fórmulas de control municipal sobre los acuerdos, las cuentas anuales y las actuaciones realizadas por el Área de Impulso Comercial, todo ello sin perjuicio de



las competencias atribuidas al Ayuntamiento por la legislación de régimen local aplicable.

f) Las consecuencias aplicables en caso de incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por cada una de las partes y, en su caso, los criterios para determinar la posible indemnización por el incumplimiento.

g) Los mecanismos de seguimiento, vigilancia y control tanto de la ejecución del convenio como de los compromisos adquiridos por las partes, en cuyo seno se resolverán los problemas de interpretación y cumplimiento que puedan plantearse, sin perjuicio de la competencia de los órganos jurisdiccionales del orden contencioso-administrativo para conocer de las cuestiones litigiosas.

h) El régimen de modificación del convenio.

4. En el convenio se acompañarán, como anexos:

a) El acuerdo municipal por el que se aprueba la constitución del Área Municipal de Impulso Comercial. En el caso de Áreas Municipales de Impulso Comercial que se extiendan en más de un término municipal, los acuerdos municipales aprobatorios de los todos los ayuntamientos afectados.

b) El acta fundacional del Área Municipal de Impulso Comercial, que incluirá los Estatutos de la entidad.

c) El Plan de Actuación del Área Municipal de Impulso Comercial.

d) El presupuesto del Área Municipal de Impulso Comercial para todo su período de vigencia autorizado.

Artículo 17 – Prórroga del convenio

1. El convenio podrá prorrogarse antes de que finalice su plazo de vigencia, por acuerdo unánime de las partes y por un periodo no superior a cinco años, siempre que la parte interesada en la prórroga lo solicite a la otra durante el primer trimestre del último año de vigencia.

2. En ningún supuesto podrá prorrogarse el convenio de manera tácita.

Artículo 18 – Comunicación y notificación

1. El acuerdo municipal de autorización, así como el convenio de colaboración firmado, serán notificados a quienes tengan la obligación de pago de la aportación obligatoria para financiar el Área Municipal de Impulso Comercial, siendo válida la notificación por edictos en caso de no ser posible la notificación personal, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 44 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas. Además, dichos documentos se mantendrán publicados durante seis meses en el portal electrónico del Ayuntamiento, quedando permanentemente a disposición de todas las personas interesadas en la sede de la entidad constituida y en las dependencias municipales.

En la notificación se hará constar expresamente que quienes tengan la obligación de pago de la aportación tienen el derecho, pero no el deber, de ser miembros de la entidad de gestión del Área Municipal de Impulso Comercial.



2. A su vez, en el plazo de un mes desde la firma del convenio entre el Ayuntamiento y la entidad de gestión de la AMIC, ésta deberá notificar a la dirección general competente en materia de comercio del *Govern* de las Illes Balears, a través del registro electrónico general, la siguiente documentación:

- a) Un ejemplar del convenio de colaboración entre el Ayuntamiento y la entidad de gestión de la AMIC
- b) Un ejemplar de los estatutos y del acta de constitución de la entidad gestora de la AMIC
- c) Un ejemplar del plan de actuación
- d) Certificado del acuerdo de aprobación definitiva de la constitución de la AMIC adoptado por el Ayuntamiento.
- e) Plano a escala en el que se resalte la delimitación de la AMIC, se señalen los locales implicados con indicación de la superficie construida de cada uno, y se identifiquen las personas titulares del derecho de posesión de los locales, con indicación de su nombre o razón social, su NIF, y el domicilio del establecimiento de cuyo derecho de posesión es titular en la zona delimitada.

3. Igualmente, la entidad de gestión de la AMIC deberá notificar a la dirección general competente en materia de comercio del *Govern* de las Illes Balears, por la misma vía y en el plazo de un mes desde su acaecimiento, los nombramientos y modificaciones de los titulares de sus órganos de gobierno, así como los ceses, previa notificación al interesado.

4. Con el fin de garantizar la transparencia, el Área Municipal de Impulso Comercial publicará en su portal electrónico los presupuestos anuales de la entidad, la memoria anual de actividades, así como la composición de sus órganos gestores, sin perjuicio de que reglamentariamente puedan ampliarse estas obligaciones.

Artículo 19 – Constitución de un Área Municipal de Impulso Comercial que supere el ámbito de un término municipal

1. En el supuesto de que la zona geográfica prevista para la constitución del Área Municipal de Impulso Comercial comprenda más de un municipio, la Comisión promotora presentará su solicitud ante el Ayuntamiento del municipio de mayor población, que se encargará de coordinar con los restantes la adopción las actuaciones previas al inicio del procedimiento contempladas en el artículo 9 de la presente ley autonómica.

2. En el grupo de trabajo previsto en el artículo 7 de esta ley foral habrá representantes de todos los ayuntamientos afectados. La propuesta de Plan de Actuación, de presupuesto del Área Municipal de Impulso Comercial y de convenio de colaboración presentada por el grupo de trabajo será sometida a la autorización del Pleno de cada uno de los ayuntamientos. Todos deberán pronunciarse positivamente sobre la constitución del Área Municipal de Impulso Comercial. Si alguno de ellos no lo hiciera, la Comisión Promotora puede volver a presentar su solicitud ante los ayuntamientos que se hayan pronunciado favorablemente, excluyendo del Área Municipal de Impulso Comercial la zona



geográfica correspondiente al Ayuntamiento que se haya pronunciado negativamente. En todo caso, se firmará un único convenio entre las Entidades locales afectadas y la entidad privada.

CAPÍTULO II - ORGANIZACIÓN

Artículo 20 – Asamblea General

1. La Asamblea General es el órgano de dirección superior y control de la entidad, de la que forman parte:
 - a) Quienes tengan la obligación de satisfacer las cuotas previstas en el apartado 1 del artículo 26 de la presente ley, que decidan voluntariamente ser miembros de la entidad. Cada miembro participa en la Asamblea General en proporción a la superficie construida ponderada, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 10.
 - b) Las personas representantes de las Administraciones públicas afectadas, en el número y con las facultades que determine el convenio.
2. Las reuniones de la Asamblea General serán ordinarias y extraordinarias. La ordinaria se celebrará una vez al año para aprobar los presupuestos y las cuentas anuales de la entidad dentro de los cuatro meses siguientes al cierre del ejercicio; las extraordinarias se celebrarán cuando las circunstancias lo aconsejen, a juicio de la Presidencia, cuando la Junta Directiva lo acuerde o cuando lo proponga por escrito una décima parte de los miembros de la entidad.
3. Los Estatutos de la entidad determinarán las normas para la celebración de las asambleas, plazos y publicidad de la convocatoria, las mayorías necesarias para la adopción de acuerdos y cualquier otro extremo necesario para su normal funcionamiento.
4. No obstante lo establecido en el apartado 3 del presente artículo, la modificación del ámbito de la AMIC, la modificación de los estatutos de la Entidad Gestora, la modificación o prórroga del convenio, y la disolución de la entidad gestora o de la AMIC, requerirá la asistencia de un mínimo de tres cuartas partes de sus miembros, que representen al menos las tres cuartas partes de la superficie construida ponderada de los locales representados por los titulares del derecho de posesión adheridos a la entidad de gestión.
5. La Asamblea General tendrá atribuidas las siguientes facultades:
 - a) Elegir y revocar a los miembros de la Junta Directiva.
 - b) Aprobar la gestión de la Junta Directiva.
 - c) Examinar y aprobar los presupuestos y las cuentas anuales.
 - d) Aprobar, en su caso, la constitución de un fondo de reserva para atender posibles contingencias extraordinarias, de acuerdo con lo previsto en el apartado 5 del artículo 34 de la presente ley autonómica.
 - e) Modificar los Estatutos.
 - f) Disponer o enajenar los bienes.
 - g) Aprobar la propuesta de renovación de la entidad.
 - h) Disolver la entidad.
 - i) Cualquier otra competencia que le atribuyan los Estatutos o las normas de desarrollo de esta ley foral.



6. Con carácter general, siempre que los estatutos o el convenio no prevean otro extremo, los acuerdos de la asamblea general se adoptarán por mayoría simple de los votos que representen la mayoría simple de la superficie ponderada construida de los locales, salvo en los supuestos descritos en el apartado 4 del presente artículo, cuya aprobación sólo se producirá con el voto favorable de la mayoría absoluta de los miembros que representen, además, la mayoría absoluta de la superficie construida ponderada de los locales.

Artículo 21 – Junta Directiva

1. La Junta Directiva es el órgano colegiado de gobierno al que corresponde la alta gestión del Área Municipal de Impulso Comercial. Los Estatutos establecerán su composición, debiendo existir, en todo caso:

- a) Una Presidencia y una Secretaría.
- b) Los y las vocales que determinen los Estatutos en representación de quienes tengan la obligación de pago de las aportaciones obligatorias.
- c) Al menos una persona representante de las Administraciones públicas afectadas, de acuerdo con lo que se determine en el convenio, que velará por los intereses públicos.

2. Todos los cargos que componen la Junta Directiva serán gratuitos, sin perjuicio de la compensación por los gastos que pueda ocasionar el ejercicio de sus funciones. Serán designados y revocados por la Asamblea General y la duración de su mandato será establecida en los Estatutos.

3. La Junta Directiva se reunirá cuantas veces determine la Presidencia y a iniciativa o petición de la tercera parte de sus miembros. Quedará constituida cuando asista la mitad más uno de sus miembros y, para que sus acuerdos sean válidos, deberán ser tomados por mayoría de votos, salvo que los Estatutos o el convenio establezcan mayorías absolutas para la adopción de determinados acuerdos. En caso de empate, el voto de la Presidencia será de calidad.

4. Las facultades de la Junta Directiva se extenderán, con carácter general, a todos los actos propios de las finalidades del Área Municipal de Impulso Comercial, siempre que no requieran, según sus Estatutos, autorización expresa de la Asamblea General. Son facultades particulares de la Junta Directiva:

- a) Dirigir las actividades sociales y llevar la gestión económica y administrativa de la entidad, acordando realizar los oportunos contratos y actos.
- b) Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General.
- c) Designar a la Gerencia de la entidad.
- d) Formular y someter a la aprobación de la Asamblea General los presupuestos y las cuentas anuales.
- e) Cualquier otra facultad que no sea de la exclusiva competencia de la Asamblea General.

Artículo 22 – Presidencia

1. La Presidencia será elegida por la Asamblea General mediante sufragio universal entre los y las titulares de actividades económicas situadas en el Área



Municipal de Impulso Comercial y la duración de su mandato será establecida en los Estatutos.

2. Son atribuciones de la Presidencia las siguientes:

- a) Representar legalmente al Área Municipal de Impulso Comercial ante toda clase de organismos públicos o privados.
- b) Convocar, presidir y levantar las sesiones que celebre la Asamblea General y la Junta Directiva, así como dirigir las deliberaciones de una y otra.
- c) Ordenar pagos y autorizar con su firma los documentos, actas y correspondencia.
- d) Adoptar cualquier medida urgente que la buena marcha de la entidad aconseje o que en el desarrollo de sus actividades resulte necesaria o conveniente, sin perjuicio de dar cuenta posteriormente a la Junta Directiva.

Artículo 23 – Gerencia

1. La Gerencia es el órgano encargado de ejecutar los acuerdos de la Asamblea y la Junta Directiva y ejerce las funciones de normal administración de la entidad.
2. La Gerencia puede encomendarse a una persona física o jurídica, en todo caso con profesionalidad y experiencia acreditadas.
3. La Gerencia estará presente en las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva, con voz, pero sin voto.
4. Son funciones de la Gerencia:
 - a) Elaborar el presupuesto anual y las cuentas anuales de la entidad.
 - b) Elaborar una memoria anual de gestión de la entidad.
 - c) Implementar el Plan de Actuación y proponer planes y programas de actuación de interés para el Área de Impulso Comercial.
 - d) Dirigir al personal contratado por la entidad de gestión.
 - e) El resto de tareas y funciones que la Asamblea General o la Junta Directiva le encomienden o deleguen.

Artículo 24 – Foro social participativo

El Área Municipal de Impulso Comercial deberá constituir un foro consultivo para promover la participación de todos aquellos afectados por las actuaciones y la gestión del área. Su funcionamiento y composición se desarrollará en el convenio e incluirá a representantes de las personas trabajadoras, de las empresas, de quienes tengan la propiedad de bienes inmuebles y de las organizaciones vecinales de la zona comprendida por la AMIC.

TÍTULO III - FINANCIACIÓN

Artículo 25 – Fuentes de financiación

Los recursos de la AMIC serán administrados por la entidad de gestión, y sus fuentes son las siguientes:

- a) Las cuotas reguladas en los artículos 26 a 33 de la presente ley autonómica, que tendrán la naturaleza de prestaciones patrimoniales de carácter público no tributario



- b) Subvenciones y ayudas públicas
 - c) Aportaciones extraordinarias y donaciones
 - d) Rendimientos derivados de los servicios que puedan prestar tanto a sus miembros como a terceros.
 - e) Rendimientos derivados de la explotación de su propio patrimonio.
2. Los ingresos procedentes de los recursos recogidos en el apartado anterior deberán destinarse a cubrir los gastos en que incurran en la realización de las actividades que les son propias. Queda prohibida su distribución entre sus miembros. En particular, los ingresos procedentes de las aportaciones referidas en la letra a) del apartado anterior deberán cubrir, como mínimo, el 50 por 100 de la cifra total de los gastos previstos en el presupuesto para toda la vigencia del Área Municipal de Impulso Comercial. El Área Municipal de Impulso Comercial deberá contabilizar y gestionar los ingresos procedentes de estas aportaciones obligatorias de forma diferenciada respecto de sus restantes ingresos. Estas cantidades deberán destinarse necesariamente a los fines establecidos en el Plan de Actuación de cada Área Comercial de Impulso Comercial y a sus gastos de funcionamiento conforme al presupuesto recogido en el convenio con el Ayuntamiento.

Artículo 26 – Cuotas (general)

1. Los ayuntamientos que autoricen la constitución de un Área Municipal de Impulso Comercial establecerán la obligación de todos los o las titulares de actividades económicas que se ejerzan en local determinado comprendidas en su área geográfica de contribuir a la financiación de su presupuesto. En el caso de bienes inmuebles aptos para alojar actividades económicas situados en dicha área que se encuentren desocupados, quienes ostenten la propiedad de dichos bienes quedarán también obligados al pago de la cuota.
2. La exacción de la aportación obligatoria deberá aprobarse mediante ordenanza en los términos establecidos en el Capítulo III del Título V de la Ley 20/2006, de 15 de diciembre, municipal y de régimen local de las Illes Balears.

Artículo 27 – Contribuyentes

1. Quedan sujetos al pago de la cuota las personas físicas o jurídicas, las herencias yacentes, comunidades de bienes y demás entidades que, carentes de personalidad jurídica, constituyan una unidad económica o un patrimonio separado, beneficiadas por las actuaciones del Área Municipal de Impulso Comercial.

Se considerarán personas o entidades beneficiadas:

- a) Quienes ejerzan una actividad económica en local determinado situado en el área geográfica de un Área Municipal de Impulso Comercial, sean propietarios o no del inmueble.
- b) Quienes ostenten la propiedad sobre inmuebles desocupados aptos para alojar actividades económicas situados en dicho Área.



2. A los efectos de este precepto, se consideran actividades económicas las sujetas al Impuesto sobre actividades económicas, en los términos establecidos en la Ley 20/2006, de 15 de diciembre, municipal y de régimen local de las Illes Balears o, en su defecto en el Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, que se ejerzan en local determinado.

3. En el supuesto de concurrencia de varios titulares de la actividad económica o de varios copropietarios de un local desocupado todos ellos quedarán solidariamente obligados al pago de la cuota.

4. En el caso de que un mismo titular de una actividad económica disponga de más de un establecimiento, deberá satisfacer cuotas diferentes por cada uno de los establecimientos, con independencia de que se dediquen a la misma actividad o de si forman una misma unidad empresarial.

5. En casos de baja por cese del ejercicio de la actividad, de cambio de titularidad, de alta en el ejercicio de la actividad y de ocupación o desocupación del local, el nuevo titular de la actividad o quien ostente la propiedad del inmueble desocupado se subrogará en la posición del anterior obligado al pago de la cuota, en proporción al tiempo que reste del año natural.

6. La obligación del pago de las cuotas para la financiación del Área Municipal de Impulso Comercial no comporta por sí misma la condición de miembro del Área Municipal de Impulso Comercial. Quienes tengan la obligación de pagar la cuota y deseen ser miembros del Área Municipal de Impulso Comercial deberán formalizar su alta, bien en el momento de constitución del Área Municipal de Impulso Comercial previsto en el artículo 11 de la presente ley autonómica, bien en un momento posterior, en la forma prevista en los Estatutos.

Artículo 28 – Exentos

Están exentos de satisfacer la cuota obligatoria quienes disfruten de la exención del Impuesto sobre Actividades Económicas, en los términos establecidos en el artículo 82 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.

Artículo 29 – Cuantía de las cuotas obligatorias

1. El importe de las cuotas obligatorias y aportaciones extraordinarias voluntarias debe responder a los principios de equidad y suficiencia presupuestaria y basarse en criterios objetivos para colmar la financiación de la materialización del plan de actuación durante toda la vigencia de la AMIC.

2. Las cuotas se fijarán en función de la superficie catastral del local, escalonadas en tramos de superficie a los que se aplicará los coeficientes siguientes:

Superficie construída catastral (scc)	coeficiente
scc < 300 m ²	1
300 m ² < scc < 800 m ²	1,5
800 m ² < scc < 1.300 m ²	2
1.300 m ² < scc < 2.500 m ²	3



2.500 m ² < scc < 10.000 m ²	4
scc > 10.000 m ²	5

Artículo 30 – Pago de las cuotas

1. El importe total de la cuota calculada de acuerdo con lo establecido en el artículo 29 se prorrateará en cuotas anuales correspondientes a los años naturales de vigencia temporal del Área Municipal de Impulso Comercial. El pago de cada cuota será exigible semestralmente.
2. El Ayuntamiento podrá establecer mediante Ordenanza la exigencia del pago de las cuotas semestrales a quienes ostenten la titularidad de los inmuebles aptos para alojar actividades económicas situados en el área geográfica de la AMIC, quienes deberán repercutirla, en su caso, a quienes tengan la obligación de pago de acuerdo con lo establecido en el apartado 2 del artículo 27.

Artículo 31 – Bonificaciones

Los ayuntamientos podrán establecer bonificaciones:

- a) De hasta el 80 por 100 respecto de actividades que persigan finalidades benéficas o de interés general.
- b) De hasta el 20 por 100 a los inmuebles desocupados aptos para alojar actividades económicas.

Artículo 32 – Gestión del cobro de cuotas

1. El Ayuntamiento gestionará y recaudará las cuotas obligatorias por cuenta del Área Municipal de Impulso Comercial en los términos establecidos en la Ordenanza municipal que las establezca.
2. El Ayuntamiento entregará el importe de las aportaciones recaudadas al Área Municipal de Impulso Comercial y podrá reservarse una cantidad en compensación por los gastos de gestión y recaudación en que incurra. Esta cantidad no podrá superar el 5 por 100 del importe total de las cantidades recaudadas.
3. En el supuesto de que al expirar su vigencia el Área Municipal de Impulso Comercial no haya gastado el importe total de las cantidades recibidas por este concepto, deberá devolver el excedente al Ayuntamiento, que a su vez deberá reintegrar estas cantidades a quienes tengan la obligación en proporción a las cuotas que abonaron en su momento.
4. Las cuotas anuales y las aportaciones extraordinarias se gestionarán a partir del censo que formará el Área Municipal de Impulso Comercial y que remitirá al Ayuntamiento, con actualizaciones trimestrales, siguiendo los términos del artículo 90 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.
5. La gestión y recaudación de las cuotas obligatorias para financiar las Áreas Municipales de Impulso Comercial se ajustará a lo dispuesto en la Ordenanza municipal que las establezca y, en su caso, a las normas relativas a la gestión de los ingresos no tributarios de derecho público en el Real Decreto Legislativo



2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales y resultará aplicable el régimen jurídico dispuesto para los derechos de naturaleza pública en Ley 14/2014, de 29 de diciembre, de finanzas de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears.

7. Los actos de gestión y recaudación de esta aportación podrán ser impugnados en la forma prevista en el Título V de la Ley 20/2006, de 15 de diciembre, municipal y de régimen local de las Illes Balears.

Artículo 33 – Impago de cuotas

1. Las deudas por estas cuotas obligatorias podrán exigirse por el procedimiento administrativo de apremio que dará lugar, en su caso, al devengo de los intereses de demora y los recargos correspondientes, de acuerdo con lo establecido en la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria. El importe de los intereses de demora percibidos, en su caso, será entregado al Área de Impulso Comercial.

2. Será aplicable a estas aportaciones obligatorias el régimen de infracciones y sanciones previsto en el Título IV de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria.

Artículo 34 – Presupuesto / Generalidades

1. Las Áreas Municipales de Impulso Comercial deben ajustar su actividad al presupuesto aprobado en el momento de su constitución para todo el período de su vigencia.

2. El estado de gastos del presupuesto deberá especificar la totalidad de gastos que pretende realizar el Área Municipal de Impulso Comercial convenientemente desglosados. Deberán constar los gastos que se cubrirán mediante las aportaciones obligatorias, los presupuestos propuestos, si procede, por los diferentes proveedores de bienes y servicios, así como los costes imputables a la gestión del proceso de constitución de la AMIC en los que haya podido incurrir el organismo público local competente y los imputables a la gestión del cobro de las cuotas en los términos en los que concierte con la hacienda local.

3. El estado de ingresos del presupuesto deberá especificar la totalidad de los ingresos que se prevén para cubrir los gastos del Área Municipal de Impulso Comercial desglosados, incluidos la cuantía de las cuotas obligatorias, las aportaciones voluntarias y donaciones, así como las subvenciones y ayudas públicas comprometidas por las distintas administraciones públicas.

4. El Plan de Actuación del Área Municipal de Impulso Comercial deberá exponer con claridad cómo se financiarán los gastos que no se vayan a cubrir mediante las cuotas obligatorias y las alternativas si finalmente no se obtienen las subvenciones o ayudas públicas previstas.

5. Para atender posibles contingencias extraordinarias, previo acuerdo de la Asamblea General, podrá constituirse un fondo de reserva al que contribuirán proporcionalmente quienes tengan la obligación de satisfacer las cuotas previstas en el apartado 1 del artículo 26 de la presente ley autonómica. En ningún caso, el



fondo de reserva podrá ser superior al 15 por ciento de su último presupuesto anual.

6. El estado de gastos del presupuesto del Área Municipal de Impulso Comercial puede incluir una reserva destinada a compensar los incrementos no previsibles de costes de las medidas incluidas en el Plan de Actuación y los ingresos previstos procedentes de las cuotas obligatorias que no se produzcan si se diera la circunstancia de retraso en el pago, pago incompleto o impago de cuotas por parte de los obligados.

7. El presupuesto puede prever modificaciones de las acciones previstas en el Plan de Actuación tanto en lo relativo al plazo de ejecución como al tipo de acción. Dichas modificaciones en ningún caso podrán alterar el importe total presupuestado por el Plan de Actuación durante todo el periodo de vigencia de la AMIC, sin perjuicio de lo previsto en los estatutos en relación con el procedimiento para la modificación del ámbito de la AMIC, la modificación del Plan de Actuación, la modificación o prórroga del convenio o per, y el procedimiento para la extinción de la AMIC.

Artículo 35 – Elaboración y aprobación del presupuesto

1. La Asamblea General del Área Municipal de Impulso Comercial deberá aprobar anualmente el presupuesto para cada ejercicio económico propuesto por la Junta Directiva. El Área Municipal de Impulso Comercial deberá ajustar su actividad al presupuesto aprobado para cada ejercicio. Reglamentariamente se establecerá la documentación presupuestaria y contable que la Junta Directiva debe someter anualmente a la aprobación de la Asamblea General.

2. Las Áreas Municipales de Impulso Comercial quedan sometidas a las obligaciones de contabilidad, auditoría y presupuestarias previstas en el artículo 11 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

TÍTULO IV – DURACIÓN Y EXTINCIÓN

Artículo 36 – Vigencia y renovación

La vigencia de las Áreas Municipales de Impulso Comercial será de cinco años, salvo que en el convenio se establezca una duración inferior. Transcurrido dicho plazo, el Área Municipal de Impulso Comercial podrá ser prorrogada siempre que, después de someterlo a consulta de la Asamblea General, así se ratifique posteriormente por el mismo procedimiento exigido para su constitución, correspondiendo a la Junta Directiva las facultades previstas para la Comisión promotora en el artículo 9 de la presente ley autonómica. El convenio no puede prorrogar su vigencia por el procedimiento tácito.

Artículo 37 – Disolución

1. El Área Municipal de Impulso Comercial se disolverá voluntariamente cuando así lo acuerde la Asamblea General extraordinaria convocada al efecto, por la mayoría cualificada de las personas presentes o representadas.



2. La disolución tendrá lugar automáticamente cuando se produzca la apertura de la fase de liquidación, una vez declarada en concurso la entidad.
3. El Ayuntamiento, por acuerdo del pleno previa audiencia a la entidad, declarará su disolución cuando concurra alguna de las siguientes causas:
 - a) Realización del Plan de Actuación aprobado o imposibilidad manifiesta de concluirlo.
 - b) Finalización del período de vigencia de la entidad sin haberse iniciado el proceso para su renovación o transcurso de más de seis meses desde su inicio sin haberse producido su conclusión.
 - c) Incumplimiento grave y reiterado, debidamente justificado, de los compromisos o de los fines en el convenio de colaboración.
 - d) Cualquier otra causa establecida en los Estatutos o en el ordenamiento jurídico.

Artículo 38 - Liquidación

1. Declarada la disolución, una comisión liquidadora designada según lo establecido en los Estatutos deberá ejecutar la liquidación de la entidad conforme al procedimiento establecido en la legislación vigente. Una vez extinguidas las deudas, el sobrante líquido, excluidas las cantidades procedentes de las cuotas obligatorias, se destinará para fines que no desvirtúen la naturaleza no lucrativa de la entidad.
2. La disolución y liquidación del Área Municipal de Impulso Comercial comporta la extinción de la obligación de realizar la aportación económica recogida en el apartado 4 del artículo 4 y en el artículo 26 de la presente ley autonómica.
3. En el plazo de un mes desde la disolución, el Ayuntamiento ha de notificar a la dirección general autonómica competente en materia de comercio la extinción de la AMIC.

Disposición adicional primera – Consejo Insular de Formentera

Todas las menciones y disposiciones efectuadas en la presente norma referidas a ayuntamientos u órganos de una corporación municipal se entenderán aplicables, a todos los efectos, al Consejo Insular de Formentera dentro del ámbito territorial y competencial del mismo, por cuanto que los órganos del Ayuntamiento de Formentera han quedado integrados en la estructura institucional, política y administrativa del Consejo Insular, que actúa también, y simultáneamente, como institución de gobierno, administración y representación del municipio de Formentera. Las atribuciones y obligaciones reconocidas por la presente ley a los plenos de los ayuntamientos se entenderán reconocidas, también, al Pleno del Consejo Insular de Formentera.

Disposición adicional segunda – Igualdad entre mujeres y hombres

De acuerdo con la Ley autonómica 11/2016, de 28 de julio, de igualdad de mujeres y hombres, la consecución de la igualdad efectiva es un objetivo asumido por el Govern de Illes Balears para toda la sociedad balear. En consecuencia, el lenguaje utilizado en la presente ley se entiende como inclusivo y no sexista. Las



denominaciones que en la presente ley se efectúan en género masculino, cuando no hayan podido ser sustituidas por términos genéricos, se entenderán hechas sin distinción en género femenino, con estricta igualdad en cuanto a los efectos jurídicos.

La participación en los órganos de representación, gestión o dirección de las Áreas Municipales de Impulso Comercial deberá respetar el equilibrio entre hombres y mujeres, de conformidad con lo dispuesto en las normas vigentes al respecto.

Disposición final primera – Desarrollo reglamentario

Se faculta al *Govern* de Illes Balears para dictar cuantas disposiciones reglamentarias requiera el desarrollo y la ejecución de la presente ley. Los ayuntamientos determinarán, en su caso, cuantos aspectos sustantivos y procedimentales resulten necesarios, particularmente, el procedimiento de constitución, el proceso de ratificación, la formación del censo, la publicidad y el acuerdo municipal de autorización de las Áreas Municipales de Impulso Comercial. Asimismo, establecerán las previsiones normativas necesarias para cuantificar el importe de las aportaciones obligatorias para la financiación de las Áreas Municipales de Impulso Comercial.

Disposición final segunda – Entrada en vigor

La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Illes Balears.
