

Cuadernos del Consumidor

Número 43 • Agosto de 2010

RÉGIMEN JURÍDICO DEL COMERCIO MINORISTA



**Ayuntamiento
de Salamanca**

Oficina Municipal de Información al Consumidor

OMIC
C/ Valencia, 19 - 1º
37005 Salamanca
Teléfono: 923 282 306
Fax: 923 282 946
omic@aytosalamanca.es

Edita:



Colabora:



Depósito Legal: S-842-1995

Realiza: Globalia Artes Gráficas

Tel.: 923 20 43 97

PRESENTACIÓN

Desde la publicación de la innovadora Ley de Comercio en el año 1996 cuya finalidad era la regulación de la actividad comercial, de las diferentes modalidades de ventas, la garantía de los bienes y productos, etcétera, lo que, en definitiva, significa un beneficio para los consumidores, se han producido cambios relevantes como consecuencia de la necesidad de adaptar la legislación estatal en materia de ordenación del comercio minorista a la nueva normativa comunitaria.

Se reproduce en este cuaderno la Ley de ordenación del comercio minorista debidamente actualizada con todas las reformas habidas hasta la fecha: la Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la Ley de ordenación del comercio minorista; la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales (modificada recientemente por la Ley 15/2010, de 5 de julio); el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios; la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios; finalmente, la Ley 1/2010, de 1 de marzo, última reforma de la Ley 7/1996, de ordenación del comercio minorista (que modifica la regulación comercial minorista para adaptarla a lo establecido por la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior).

Asimismo, teniendo en cuenta las competencias de la Comunidad Autónoma en la materia, se reproduce la Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León, con todas sus modificaciones, la última y más destacable de entre ellas corresponde al Decreto-Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de medidas de impulso de las actividades de servicios en Castilla y León.

LEY 7/1996, DE 15 DE ENERO, DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

(BOE nº 15, de 17 de enero de 1996)

ÍNDICE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

TÍTULO PRIMERO. PRINCIPIOS GENERALES

CAPÍTULO PRIMERO. CONCEPTOS BÁSICOS

Artículo 1. Objeto

Artículo 2. Establecimientos comerciales

Artículo 3. Libertad de empresa

Artículo 4. Libre circulación de bienes

Artículo 5. Libertad de establecimiento comercial

Artículo 6. Instalación de establecimientos comerciales

CAPÍTULO II. OFERTA COMERCIAL

Artículo 8. Prohibición de ventas al por menor

Artículo 9. Obligación de vender

Artículo 10. Derecho de desistimiento

Artículo 11. Forma de los contratos

Artículo 12. Garantía y servicio postventa

CAPÍTULO III. PRECIOS

Artículo 13. Libertad de precios

Artículo 14. Prohibición de la venta con pérdida

Artículo 15. Ventas con precios reducidos para colectivos especiales

CAPÍTULO IV. ADQUISICIONES DE LOS COMERCIANTES

Artículo 16. Régimen general

Artículo 17. Pagos a los proveedores

TÍTULO II. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

CAPÍTULO PRIMERO. GENERALIDADES

Artículo 18. Concepto

Artículo 19. Información

Artículo 20. Constancia de la reducción de precios

Artículo 21. Determinación de los artículos ofertados

Artículo 22. Venta multinivel

Artículo 23. Prohibición de ventas en pirámide

CAPÍTULO II. VENTA EN REBAJAS

Artículo 24. Concepto

Artículo 25. Temporada de rebajas

Artículo 26. Calidad de los productos rebajados

CAPÍTULO III. VENTA DE PROMOCIÓN

Artículo 27. Concepto

CAPÍTULO IV. VENTA DE SALDOS

Artículo 28. Concepto

Artículo 29. Deber de información

CAPÍTULO V. VENTAS EN LIQUIDACIÓN

Artículo 30. Concepto

Artículo 31. Duración y reiteración

CAPÍTULO VI. VENTAS CON OBSEQUIO O PRIMA

Artículo 32. Concepto

Artículo 33. Entrega de los obsequios

Artículo 34. Prohibición de ofertas conjuntas

CAPÍTULO VII. OFERTA DE VENTA DIRECTA

Artículo 35. Veracidad de la oferta

TÍTULO III. VENTAS ESPECIALES

CAPÍTULO PRIMERO. GENERALIDADES

Artículo 36. Concepto

CAPÍTULO II. VENTAS A DISTANCIA

Artículo 38. Concepto

Artículo 39. Propuesta de contratación

Artículo 40. Información previa

Artículo 41. Necesidad de consentimiento expreso

Artículo 42. Prohibición de envíos no solicitados

Artículo 43. Ejecución y pago

Artículo 44. Derecho de desistimiento

Artículo 45. Excepciones al derecho de desistimiento

Artículo 46. Pago mediante tarjeta

Artículo 47. Información

CAPÍTULO III. VENTA AUTOMÁTICA

Artículo 49. Concepto

Artículo 50. Advertencias obligatorias

Artículo 51. Recuperación del importe

Artículo 52. Responsabilidad

CAPÍTULO IV. VENTA AMBULANTE O NO SEDENTARIA

Artículo 53. Concepto

Artículo 54. Autorización

Artículo 55. Identificación

CAPÍTULO V. VENTA EN PÚBLICA SUBASTA

Artículo 56. Concepto

Artículo 57. Contrato de subasta

Artículo 58. Oferta de venta en subasta

Artículo 59. Relaciones entre la empresa subastadora y los licitadores

Artículo 60. Documentación

Artículo 61. Efectos de la venta en subasta

CAPÍTULO VI. DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA

Artículo 62. Regulación del régimen de franquicia

TÍTULO IV. INFRACCIONES Y SANCIONES

CAPÍTULO PRIMERO. PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 63. Competencias sancionadoras

CAPÍTULO II. CLASES DE INFRACCIONES

Artículo 64. Infracciones leves

Artículo 65. Infracciones graves

Artículo 66. Infracciones muy graves

Artículo 67. Reincidencia

CAPÍTULO III. SANCIONES

Artículo 68. Cuantía de las multas

Artículo 69. Graduación

Artículo 70. Prescripción

Artículo 71. Suspensión temporal de la actividad

DISPOSICIONES ADICIONALES

Disposición Adicional Segunda, Tercera, Cuarta, Quinta, Sexta

Disposición Adicional Séptima. Compensación de deudas en caso de responsabilidad por incumplimiento

Disposición Adicional Octava. Proyectos que deban someterse a evaluación de impacto ambiental

Disposición Adicional Novena. Condiciones de accesibilidad

Disposición Adicional Décima. Planificación urbanística de los usos comerciales

Disposición Adicional Undécima. Régimen jurídico de los contratos de distribución comercial

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición Transitoria Primera

Disposición Transitoria Segunda. Régimen de aplazamientos de pagos a los proveedores del comercio minorista

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Disposición Derogatoria Única

DISPOSICIÓN FINAL

Disposición Final Única

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Los profundos cambios que ha experimentado la distribución comercial minorista en España, la incorporación de nuevas tecnologías y formas de venta y el reto que ha supuesto la Unión Europea, así como la dispersión de la normativa vigente obligan a un esfuerzo legislativo de sistematización, modernización y adecuación a la realidad de los mercados.

La economía española precisa, para su adecuado funcionamiento, un sistema de distribución eficiente, que permita asegurar el aprovisionamiento de los consumidores con el mejor nivel de servicio posible y con el mínimo coste de distribución. Para alcanzar este objetivo, es preciso que el mercado garantice la óptima asignación de los recursos a través del funcionamiento de la libre y leal competencia.

En este sentido, el establecimiento de un marco de buenas prácticas comerciales deberá producir un mejor comportamiento de todos los agentes del sector, cuyos efectos redundarán en un mejor funcionamiento de la competencia. Estos efectos se consiguen mediante la creación de un marco legal de mínimos, que podrá completarse con los Códigos de Conducta, que libremente surjan en el sector para su autorregulación.

Por otra parte, y debido a la evolución experimentada en los últimos años, coexisten en España dos sistemas de distribución complementarios entre sí: el primero constituido por empresas y tecnologías modernas, y el segundo integrado por las formas tradicionales de comercio que siguen prestando importantes servicios a la sociedad española y juegan un papel trascendental en la estabilidad de la población activa, pero que deben emprender una actualización y tecnificación que les permita afrontar el marco de la libre competencia.

La relación de complementariedad entre los dos sistemas mencionados debe también ser tenida, especialmente, en cuenta por el Legislador.

También resulta imprescindible no demorar el establecimiento del régimen jurídico de las nuevas modalidades de venta al público que, por su carácter de materia mercantil, se encuentran entregadas actualmente al principio de libertad contractual, del que, en no pocas ocasiones, resultan notorios abusos en perjuicio de los adquirentes, situación que interesa corregir mediante la promulgación de normas imperativas y una eficaz intervención de las Administraciones públicas.

Por consiguiente, la Ley no sólo pretende establecer unas reglas de juego en el sector de la distribución y regular nuevas fórmulas contractuales, sino que aspira, también, a ser la base para la modernización de las estructuras comerciales españolas, contribuyendo a corregir los desequilibrios entre las grandes y las pequeñas empresas comerciales y, sobre todo, al mantenimiento de la libre y leal competencia. No es preciso insistir en que los efectos más inmediatos y tangibles de una situación de libre y leal competencia se materializan en una mejora continuada de los precios y de la calidad y demás condiciones de la oferta y servicio al público, lo que significa, en definitiva, la más eficaz actuación en beneficio de los consumidores.

Por último, interesa destacar que, como ha puesto de relieve reiterada jurisprudencia del Tribunal Constitucional, en este ámbito material se produce un complejo entrecruzamiento de títulos competenciales, tanto estatales como autonómicos, lo cual conlleva que los diversos aspectos de la regulación propuesta deban tener un grado de aplicación diverso, tal como se especifica en la disposición final única de esta Ley.

TÍTULO PRIMERO

Principios generales

CAPÍTULO PRIMERO

Conceptos básicos

Artículo 1. *Objeto*

1. La presente Ley tiene por objeto principal establecer el régimen jurídico general del comercio minorista, así como regular determinadas ventas especiales y actividades de promoción comercial, sin perjuicio de las leyes dictadas por las Comunidades Autónomas en el ejercicio de sus competencias en la materia.

2. A los efectos de la presente Ley, se entiende por comercio minorista aquella actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro consistente en ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

Artículo 2. *Establecimientos comerciales*

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma individual o en un espacio colectivo, e independientemente de que se realice de forma continuada o en días o en temporadas determinadas.

2. Quedan incluidos en la definición del apartado anterior los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en la misma, siempre que tengan el carácter de inmuebles de acuerdo con el art. 334 del Código Civil.

Artículo 3. *Libertad de empresa*

La actividad comercial se ejerce bajo el principio de libertad de empresa y en el marco de la economía de mercado, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 38 de la Constitución.

Artículo 4. *Libre circulación de bienes*

1. Se reconoce el principio de libre circulación de mercancías dentro del territorio español, de acuerdo con lo establecido en el art. 139.2 de la Constitución.

2. Las distintas Administraciones públicas adoptarán las medidas adecuadas, para evitar que la libertad de circulación de los bienes resulte falseada.

Artículo 5. *Libertad de establecimiento comercial*

1. La utilización legítima del suelo para la instalación de establecimientos comerciales constituye una facultad que se ampara en el principio de libertad de empresa recogido en el art. 3 de la presente Ley.

2. Los poderes públicos protegerán la libre iniciativa empresarial para la instalación y acondicionamiento de los establecimientos comerciales en el marco de lo dispuesto en la legislación vigente.

Artículo 6. *Instalación de establecimientos comerciales*

1. Con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización comercial.

No obstante lo anterior, la instalación de establecimientos comerciales podrá quedar sometida a una autorización que se concederá por tiempo indefinido cuando, una vez aplicados el juicio de proporcionalidad, según lo establecido en el art. 5.c) de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y el principio de no discriminación, de manera clara e inequívoca concurren razones imperiosas de interés general relacionadas con la distribución comercial, de acuerdo con lo que se establece en el siguiente apartado y así se motive suficientemente en la ley que establezca dicho régimen.

En ningún caso constituyen razones imperiosas de interés general válidas para la imposición de un régimen de autorización las razones de índole económica, de acuerdo con lo establecido en el apartado 3 de este artículo.

2. Los requisitos que se establezcan para la instalación de establecimientos comerciales atenderán conjuntamente a criterios basados en razones imperiosas de interés general relacionadas con la distribución comercial, como la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la ordenación del territorio y la conservación del patrimonio histórico y artístico.

En todo caso los requisitos, y en su caso los criterios de concesión de la autorización, deberán ser proporcionados, no discriminatorios, claros e inequívocos, objetivos, hechos públicos con antelación, predecibles, transparentes y accesibles.

3. En ningún caso podrán establecerse requisitos de naturaleza económica que supediten la concesión de la autorización a la prueba de la existencia de una necesidad económica o de una demanda en el mercado, a que se evalúen los efectos económicos, posibles o reales, de la actividad o a que se haga una apreciación de si la actividad se ajusta a los objetivos de programación económica fijados por la autoridad

competente o a que se comercialicen productos o servicios de un tipo o procedencia determinada. Las razones imperiosas de interés general que se invoquen no podrán encubrir requisitos de planificación económica.

Adicionalmente, la instalación de establecimientos comerciales deberá respetar lo establecido en los arts. 10 y 11 de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

4. En todo caso corresponde a las Comunidades Autónomas y a las Ciudades de Ceuta y Melilla regular el procedimiento de autorización para la instalación de establecimientos comerciales a que se refiere el apartado dos de este artículo, y determinar la autoridad autonómica o local competente para resolver las solicitudes de autorización. Dicho procedimiento coordinará todos los trámites administrativos necesarios para la instalación de establecimientos comerciales. Sin perjuicio de la regulación que al respecto aprueben las Comunidades Autónomas, las solicitudes presentadas deberán resolverse en un plazo máximo de seis meses, y como efecto de la falta de resolución expresa, se establecerá el silencio positivo con excepción de los supuestos que recoge el art. 6 de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio. No se podrá supeditar el otorgamiento de la autorización a la intervención directa o indirecta de los competidores en el procedimiento de otorgamiento de las autorizaciones, incluso en órganos consultivos, sin perjuicio de los cauces que se establezcan para la consulta al público en general. Las autorizaciones son libremente transmisibles por su titular. No obstante, la transmisión deberá ser comunicada a la administración concedente a los solos efectos de su conocimiento.

CAPÍTULO II

Oferta comercial

Artículo 8. *Prohibición de ventas al por menor*

1. No podrán ejercer el comercio al por menor además de las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido, los empresarios individuales o sociales a quienes la normativa especial de la actividad que desarrollan les exija dedicarse exclusivamente a la misma.

2. Se prohíbe expresamente la exposición y venta de mercancías al comprador cuando éstas procedan de personas cuya actividad sea distinta a la comercial y, como consecuencia de la actividad que les es propia, tengan como finalidad principal la realización de préstamos, depósitos u operacio-

nes de análoga naturaleza, adheridas a la oferta comercial de la mercancía, de tal forma que una no se pudiera hacer efectiva sin la otra.

En todo caso, se presumirá la existencia de estas actuaciones en el supuesto de que el comprador pudiera realizar pedidos o adquirir mercancías en los establecimientos de aquéllas.

3. La infracción a lo dispuesto en el apartado anterior será sancionable con arreglo a lo establecido en la presente Ley, con independencia de las responsabilidades derivadas, en su caso, de la respectiva legislación especial y sin perjuicio de la improcedencia de que un mismo hecho sea objeto de una doble sanción administrativa.

Artículo 9. *Obligación de vender*

1. La oferta pública de venta o la exposición de artículos en establecimientos comerciales constituye a su titular en la obligación de proceder a su venta a favor de los demandantes que cumplan las condiciones de adquisición, atendiendo, en el segundo caso, al orden temporal de las solicitudes. Quedan exceptuados de esta obligación los objetos sobre los que se advierta, expresamente, que no se encuentran a la venta o que, claramente, formen parte de la instalación o decorado.

2. Los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador ni establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para las compras que superen un determinado volumen. En el caso de que, en un establecimiento abierto al público, no se dispusiera de existencias suficientes para cubrir la demanda, se atenderá a la prioridad temporal en la solicitud.

Artículo 10. *Derecho de desistimiento*

1. Cuando en el ejercicio de un derecho previamente reconocido se proceda a la devolución de un producto, el comprador no tendrá obligación de indemnizar al vendedor por el desgaste o deterioro del mismo debido exclusivamente a su prueba para tomar una decisión sobre su adquisición definitiva sin alterar las condiciones del producto en el momento de la entrega. Se prohíbe al vendedor exigir anticipo de pago o prestación de garantías, incluso la aceptación de efectos que garanticen un eventual resarcimiento en su favor para el caso de que se devuelva la mercancía.

2. Caso de no haberse fijado el plazo, dentro del cual el comprador podrá desistir del contrato, aquél será de siete días.

Artículo 11. *Forma de los contratos*

1. Los contratos de compraventa a que se refiere la presente Ley no estarán sujetos a formalidad alguna con excepción de los supuestos expresamente señalados en los Códigos Civil y de Comercio y en ésta o en otras leyes especiales.

2. Esto no obstante, cuando la perfección del contrato no sea simultánea con la entrega del objeto o cuando el comprador tenga la facultad de desistir del contrato, el comerciante deberá expedir factura, recibo u otro documento análogo en el que deberán constar los derechos o garantías especiales del comprador y la parte del precio que, en su caso, haya sido satisfecha.

3. En todo caso, el comprador podrá exigir la entrega de un documento en el que, al menos, conste el objeto, el precio y la fecha del contrato.

Artículo 12. *Garantía y servicio postventa*

1. El vendedor de los bienes responderá de la falta de conformidad de los mismos con el contrato de compraventa, en los términos definidos por la legislación vigente.

2. Los productos puestos a la venta se podrán ofrecer acompañados de una garantía comercial que obligará a la persona que la ofrezca en las condiciones establecidas en el documento de garantía y en la correspondiente publicidad. La garantía comercial adicional ofrecida por el vendedor deberá en todo caso recoger las obligaciones que, en materia de garantías de bienes de consumo, vengan impuestas por Ley.

3. El productor o, en su defecto, el importador garantizará, en todo caso, frente a los compradores la existencia de un adecuado servicio técnico para los bienes de carácter duradero que fabrica o importa, así como el suministro de piezas de repuesto durante un plazo mínimo de cinco años a contar desde la fecha en que el producto deje de fabricarse.

4. La acción o derecho de recuperación de los bienes entregados por el consumidor o usuario al comerciante para su reparación prescribirá a los tres años a partir del momento de la entrega. Reglamentariamente, se establecerán los datos que deberá hacer constar el comerciante en el momento en que se le entrega un objeto para su reparación y las formas en que podrá acreditarse la mencionada entrega.

CAPÍTULO III **Precios**

Artículo 13. *Libertad de precios*

1. Los precios de venta de los artículos serán libremente determinados y ofertados con carácter general de acuerdo con lo dispuesto en la legislación de defensa de la libre y leal competencia, con las excepciones establecidas en leyes especiales.

2. Esto, no obstante, el Gobierno del Estado, previa audiencia de los sectores afectados, podrá fijar los precios o los márgenes de comercialización de determinados productos, así como someter sus modificaciones a control o a previa autorización administrativa, en los casos siguientes:

a) Cuando se trate de productos de primera necesidad o de materias primas estratégicas.

b) Cuando se trate de bienes producidos o comercializados en régimen de monopolio o mediante concesión administrativa.

c) Como medida complementaria de las políticas de regulación de producciones o de subvenciones u otras ayudas a empresas o sectores específicos.

d) Excepcionalmente y mientras persistan las circunstancias que aconsejen la intervención, cuando, en un sector determinado, se aprecie ausencia de competencia efectiva, existan obstáculos graves al funcionamiento del mercado o se produzcan situaciones de desabastecimiento.

Artículo 14. *Prohibición de la venta con pérdida*

1. No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, no se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida, fuera de los supuestos regulados en los capítulos IV y V del Título II de la presente Ley, a menos que, quien la realice, tenga por objetivo alcanzar los precios de uno o varios competidores con capacidad para afectar, significativamente, a sus ventas, o se trate de artículos perecederos en las fechas próximas a su inutilización.

En todo caso, deberá respetarse lo dispuesto en la Ley sobre Competencia Desleal.

2. A los efectos señalados en el apartado anterior, se considerará que existe venta con pérdida, cuando el precio aplicado a un producto sea inferior al de adquisición según factura, deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren en la misma, o al de reposición si éste fuese inferior a aquél o al coste efectivo de producción si el artículo hubiese sido fabricado por el propio comerciante, incrementados, en las cuotas de los impuestos indirectos que graven la operación.

Las facturas se entenderán aceptadas en todos sus términos y reconocidas por sus destinatarios, cuando no hayan sido objeto de reparo en el plazo de los veinticinco días siguientes a su remisión. En el caso de que no sean conformes se dispone sobre la anterior un plazo adicional de diez días para su subsanación y nueva remisión de la correspondiente factura rectificada. A los efectos de lo dispuesto en este artículo, no se tendrán en cuenta las modificaciones contenidas en

facturas rectificativas emitidas en fecha posterior a los plazos indicados.

3. No se computarán, a los efectos de la deducción en el precio a que se refiere el párrafo anterior, las retribuciones o las bonificaciones de cualquier tipo que signifiquen compensación por servicios prestados.

4. En ningún caso, las ofertas conjuntas o los obsequios a los compradores podrán utilizarse para evitar la aplicación de lo dispuesto en el presente artículo.

Artículo 15. *Ventas con precios reducidos para colectivos especiales*

Los establecimientos comerciales creados para suministrar productos a colectivos determinados y que reciban para esta finalidad cualquier tipo de ayuda o subvención, no podrán ofertar dichos productos al público en general ni a personas distintas a los referidos beneficiarios.

CAPÍTULO IV

Adquisiciones de los comerciantes

Artículo 16. *Régimen general*

El régimen jurídico de las adquisiciones de toda clase de productos efectuadas por comerciantes se sujetará a lo dispuesto en la legislación civil y mercantil con las especialidades contenidas en el artículo siguiente.

Artículo 17. *Pagos a los proveedores*

1. A falta de plazo expreso, se entenderá que los comerciantes deben efectuar el pago del precio de las mercancías que compren antes de treinta días a partir de la fecha de su entrega.

2. Los comerciantes a quienes se efectúen las correspondientes entregas quedarán obligados a documentar, en el mismo acto, la operación de entrega y recepción con mención expresa de su fecha.

Del mismo modo, los proveedores deberán indicar en su factura el día del calendario en que debe producirse el pago.

Si todas o alguna de las mercancías estuvieran afectadas por una cláusula de reserva de dominio, la factura expresará asimismo esta circunstancia, que deberá responder en todo caso a un acuerdo entre proveedor y comerciante documentado con anterioridad a la entrega.

Las facturas deberán hacerse llegar a los comerciantes antes de que se cumplan treinta días desde la fecha de entrega y recepción de las mercancías.

3. Los aplazamientos de pago de productos de alimentación frescos y de los perecederos no excederán en ningún ca-

so de treinta días. Los aplazamientos de pago para los demás productos de alimentación y gran consumo no excederán del plazo de sesenta días, salvo pacto expreso en el que se prevengan compensaciones económicas equivalentes al mayor aplazamiento y de las que el proveedor sea beneficiario, sin que en ningún caso pueda exceder el plazo de noventa días.

Se entenderá por productos de alimentación frescos y perecederos aquellos que por sus características naturales conservan sus cualidades aptas para comercialización y consumo durante un plazo inferior a treinta días o que precisan condiciones de temperatura regulada de comercialización y transporte. Son productos de gran consumo aquellos fungibles de compra habitual y repetitiva por los consumidores y que presenten alta rotación.

El Gobierno determinará reglamentariamente en el plazo de tres meses la definición de los productos a los que se refiere el apartado anterior.

4. Con relación a los productos que no sean frescos o perecederos ni de alimentación y gran consumo, cuando los comerciantes acuerden con sus proveedores aplazamientos de pago que excedan de los sesenta días desde la fecha de entrega y recepción de las mercancías, el pago deberá quedar instrumentado en documento que lleve aparejada acción cambiaria, con mención expresa de la fecha de pago indicada en la factura. En el caso de aplazamientos superiores a noventa días, este documento será endosable a la orden. En todo caso, el documento se deberá emitir o aceptar por los comerciantes dentro del plazo de treinta días, a contar desde la fecha de recepción de la mercancía, siempre que la factura haya sido enviada. Para la concesión de aplazamientos de pago superiores a ciento veinte días, el vendedor podrá exigir que queden garantizados mediante aval bancario o seguro de crédito o caución.

5. En cualquier caso, se producirá el devengo de intereses moratorios en forma automática a partir del día siguiente al señalado para el pago o, en defecto de pacto, a aquel en el cual debiera efectuarse de acuerdo con lo establecido en el apartado 1. En esos supuestos, el tipo aplicable para determinar la cuantía de los intereses será el previsto en el art. 7 de la Ley por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, salvo que las partes hubieren acordado en el contrato un tipo distinto, que en ningún caso será inferior al señalado para el interés legal incrementado en un 50 por ciento.

6. A los efectos prevenidos en el presente artículo y con referencia exclusiva a los bienes consumibles, se entenderá como fecha de entrega aquélla en la que efectivamente se ha-

ya producido, aunque, inicialmente, el título de la entrega fuese distinto del de compraventa, siempre que las mercancías hayan sido, finalmente, adquiridas por el receptor.

TÍTULO II

Actividades de promoción de ventas

CAPÍTULO PRIMERO

Generalidades

Artículo 18. *Concepto*

1. Tendrán la consideración de actividades de promoción de ventas, las ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio y las ofertas de venta directa.

2. Las denominaciones antes señaladas únicamente podrán emplearse para anunciar las ventas que se ajusten a la regulación respectivamente establecida en la presente Ley, quedando expresamente prohibida la utilización de las citadas denominaciones u otras similares para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal.

3. La utilización de las denominaciones antes señaladas que no se ajuste a la regulación respectivamente establecida para cada una de las actividades de promoción de ventas en esta Ley, se reputará desleal cuando concurren las circunstancias previstas en el art. 5 de la Ley de Competencia Desleal.

Artículo 19. *Información*

1. En los anuncios de las ventas a las que se refiere el artículo anterior deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

2. Cuando las ofertas especiales no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.

3. Se considerará engañosa la oferta de productos con premio o regalo, cuando el consumidor no reciba real y efectivamente lo que razonablemente cabía esperar de acuerdo con la oferta realizada.

Artículo 20. *Constancia de la reducción de precios*

1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

Se entenderá por precio anterior, el que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos durante un período continuado de al menos treinta días, en el curso de los seis meses precedentes.

2. No obstante lo señalado en el apartado precedente, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, bastará con el anuncio genérico de la misma sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado.

Artículo 21. *Determinación de los artículos ofertados*

En el caso de que se oferten artículos a precio normal y a precio reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados, de forma que no pueda, razonablemente, existir error entre los que son objeto de una u otra oferta, distinguiendo, en su caso, la existencia de rebajas, saldos, liquidaciones, promociones u obsequios.

Artículo 22. *Venta multinivel*

1. La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado. A efectos de lo dispuesto en este artículo, los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se considerarán en todo caso empresarios a los efectos previstos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

2. Queda prohibido organizar la comercialización de bienes y servicios cuando:

- a) Constituya un acto desleal con los consumidores conforme a lo previsto en el art. 26 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- b) No se garantice adecuadamente que los distribuidores cuenten con la oportuna contratación laboral o cumplan con los requisitos que vienen exigidos legalmente para el desarrollo de una actividad comercial.
- c) Exista la obligación de realizar una compra mínima de los productos distribuidos por parte de los nuevos vendedores, sin pacto de recompra en las mismas condiciones.

4. En ningún caso el fabricante o mayorista titular de la red podrá condicionar el acceso a la misma al abono de una cuota o canon de entrada que no sea equivalente a los productos y material promocional, informativo o formativo entregados a un precio similar al de otros homólogos existentes en el mercado y que no podrán superar la cantidad que se determine reglamentariamente.

En los supuestos en que exista un pacto de recompra, los productos se tendrán que admitir a devolución siempre que su estado no impida claramente su posterior comercialización.

Artículo 23. *Prohibición de ventas en pirámide*

Son prácticas de venta piramidal las previstas en el art. 24 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, siendo nulas de pleno derecho las condiciones contractuales contrarias a lo dispuesto en dicho precepto.

CAPÍTULO II **Ventas en rebajas**

Artículo 24. *Concepto*

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.

2. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Artículo 25. *Temporada de rebajas*

1. Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales; una iniciada al principio de año, y la otra, en torno al período estival de vacaciones.

2. La duración de cada período de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, de acuerdo con la decisión de cada comerciante, dentro de las fechas concretas que fijarán las Comunidades Autónomas competentes.

Artículo 26. *Calidad de los productos rebajados*

1. Los artículos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad y, durante el plazo mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas y no podrán haber sido objeto de práctica de promoción alguna en el curso del mes que preceda a la fecha de inicio de la venta en rebajas.

2. Especialmente, queda prohibido ofertar, como rebajados, artículos deteriorados.

CAPÍTULO III Venta de promoción

Artículo 27. *Concepto*

1. Se consideran ventas de promoción o en oferta aquellas no contempladas específicamente en otro de los capítulos del presente Título, que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

2. Los productos en promoción no podrán estar deteriorados o ser de peor calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.

3. Será de aplicación a las ventas de promoción lo dispuesto en los arts. 33 y 34 de la presente Ley.

CAPÍTULO IV Venta de saldos

Artículo 28. *Concepto*

1. Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

2. No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

3. Tampoco cabe calificar como venta de saldos aquella en que los productos no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, excepción hecha de los establecimientos dedicados específicamente al referido sistema de venta.

Artículo 29. *Deber de información*

1. Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de «venta de restos».

2. Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible.

CAPÍTULO V

Ventas en liquidación

Artículo 30. *Concepto*

1. Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

- a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio.
En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

2. No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

3. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

4. Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

Artículo 31. *Duración y reiteración*

1. La duración máxima de la venta en liquidación será de tres meses, salvo en el caso de cesación total de la actividad, que será de un año.

2. En el curso de los tres años siguientes a la finalización de una venta en liquidación, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad, sobre productos similares a los que hubiesen sido objeto de liquidación, por cualquiera de los motivos señalados en los párrafos a) y b) del apartado 1 del artículo anterior.

Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

CAPÍTULO VI

Ventas con obsequio o prima

Artículo 32. *Concepto*

1. Son ventas con obsequio aquellas que con finalidad de promover las ventas ofertan, ya sea en forma automática, o bien, mediante la participación en un sorteo o concurso, un premio, cualquiera que sea la naturaleza de éste.

Son ventas con prima aquéllas que ofrezcan cualquier incentivo o ventaja vinculado a la adquisición de un bien o servicio.

2. Cuando el incentivo consista en un sorteo, lo dispuesto en esta ley será aplicable sin perjuicio de lo establecido en la legislación sectorial correspondiente.

3. Las ventas con obsequio o prima se reputan desleales en los supuestos previstos en la Ley de Competencia Desleal.

Artículo 33. *Entrega de los obsequios*

1. Los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo que determinarán las Comunidades Autónomas, sin que pueda exceder de tres meses, a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes productos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

2. En el caso de que los obsequios ofrecidos formen parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualquiera de aquéllos por otro distinto, a no ser que en la oferta pública del incentivo se haya establecido otro procedimiento para obtener las diferentes piezas de la colección.

Artículo 34. *Prohibición de ofertas conjuntas*

1. Queda prohibido ofrecer conjuntamente y como una unidad de contratación dos o más clases o unidades de artículos excepto en los casos siguientes:

- a) Cuando exista una relación funcional entre los artículos ofertados.
- b) Cuando sea práctica comercial común vender ciertos artículos en cantidades superiores a un determinado mínimo.
- c) Cuando se ofrezca, simultáneamente, la posibilidad de adquirir los artículos por separado y a su precio habitual.

d) Cuando se trate de lotes o grupos de artículos presentados conjuntamente por razones estéticas o para ser destinados a la realización de obsequios.

2. En todo caso, será de aplicación lo dispuesto al respecto en la legislación sobre defensa de la competencia.

CAPÍTULO VII

Oferta de venta directa

Artículo 35. *Veracidad de la oferta*

Queda prohibido que, en la oferta al público de mercancías de cualquier clase, se invoque por el vendedor su condición de fabricante o mayorista, a menos que reúna las circunstancias siguientes:

- a) Que, en el primer caso, fabrique realmente la totalidad de los productos puestos a la venta y, en el segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas.
- b) Que los precios ofertados sean los mismos que aplica a otros comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

TÍTULO III

Ventas especiales

CAPÍTULO PRIMERO

Generalidades

Artículo 36. *Concepto*

1. Se consideran ventas especiales, a efectos de la presente Ley, las ventas a distancia, las ventas ambulantes¹ o no sedentarias, las ventas automáticas y las ventas en pública subasta.

2. Las ventas de bienes muebles a plazos se registrarán por su normativa específica.

¹ Desarrollada por RD199/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria (BOE de 13 de Marzo de 2010).

CAPÍTULO II

Ventas a distancia

Artículo 38. *Concepto*

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.

2. Las empresas de ventas a distancia deberán comunicar en el plazo de tres meses el inicio de su actividad al Registro de ventas a distancia, que recogerá los datos que reglamentariamente se establezcan.

Las empresas de terceros países, no establecidas en España, que practiquen ventas a distancia en territorio español lo comunicarán directamente al Registro de ventas a distancia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el plazo de tres meses desde el inicio de la actividad.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio informará a las Comunidades Autónomas de las empresas de ventas a distancia registradas.

Del mismo modo, las Comunidades Autónomas comunicarán al Registro de ventas a distancia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio las modificaciones que se produzcan en el registro autonómico correspondiente.

3. La regulación establecida en la presente Ley para las ventas a distancia no será de aplicación a:

a) Las ventas celebradas mediante distribuidores automáticos o locales comerciales automatizados.

b) Las ventas celebradas en subastas, excepto las efectuadas por vía electrónica.

4. Los arts. 39.1, 40, 43.1, 44 y 47 no serán de aplicación a los contratos de suministro de productos alimenticios, de bebidas o de otros bienes del hogar de consumo corriente suministrados en el domicilio del consumidor, en su residencia o en su lugar de trabajo por distribuidores que realicen visitas frecuentes y regulares.

5. El apartado 2 anterior y el art. 37 no se aplicarán a las actividades de prestación de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

6. Cuando la contratación a distancia de bienes o servicios se lleve a cabo a través de medios electrónicos, se aplicará preferentemente la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

7. Las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otros medios de comunicación electrónica equivalentes se regirán por su normativa específica.

8. La validez y eficacia de los contratos relativos a bienes inmuebles quedará condicionada al cumplimiento de los requisitos que impone su legislación específica.

Artículo 39. *Propuesta de contratación*

1. En todas las propuestas de contratación deberá constar inequívocamente que se trata de una oferta comercial. Concretamente, en el caso de comunicaciones telefónicas, deberá precisarse explícita y claramente, al principio de cualquier conversación con el comprador, la identidad del vendedor y la finalidad comercial de la llamada.

2. La utilización por parte del vendedor de las técnicas de comunicación que consistan en un sistema automatizado de llamada sin intervención humana o el telefax necesitará el consentimiento previo del consumidor.

3. En todo caso, deberán cumplirse las disposiciones vigentes sobre condiciones generales de contratación, protección de los menores y respeto a la intimidad. Cuando se utilicen datos personales procedentes de fuentes accesibles al público para la realización de comunicaciones comerciales, se proporcionará al destinatario la información que señala la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y se ofrecerá al destinatario la oportunidad de oponerse a la recepción de las mismas.

Artículo 40. *Información previa*

1. Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, el vendedor deberá suministrar al consumidor, de forma veraz, eficaz y suficiente, la siguiente información:

- a) La identidad del vendedor y su dirección.
- b) Las características esenciales del producto.
- c) El precio, incluidos todos los impuestos.
- d) Los gastos de entrega y transporte, en su caso.
- e) La forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.
- f) La existencia de un derecho de desistimiento o resolución, o su ausencia en los contratos a que se refiere el art. 45.
- g) El coste de la utilización de la técnica de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.

- h) El plazo de validez de la oferta y del precio.
- i) La duración mínima del contrato, si procede, cuando se trate de contratos de suministro de productos destinados a su ejecución permanente o repetida.
- j) Las circunstancias y condiciones en que el vendedor podría suministrar un producto de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por el consumidor, cuando se quiera prever esta posibilidad.
- k) En su caso, indicación de si el vendedor dispone o está adherido a algún procedimiento extrajudicial de solución de conflictos.

2. La información contenida en el apartado anterior, cuya finalidad comercial debe ser indudable, deberá facilitarse al comprador de modo claro, comprensible e inequívoco, mediante cualquier técnica adecuada al medio de comunicación a distancia utilizado, y deberá respetar, en particular, el principio de buena fe en las transacciones comerciales, así como los principios de protección de quienes sean incapaces de contratar.

Artículo 41. *Necesidad de consentimiento expreso*

1. En ningún caso la falta de respuesta a la oferta de venta a distancia podrá considerarse como aceptación de ésta.

2. Si el vendedor, sin aceptación explícita del destinatario de la oferta, enviase a éste el producto ofertado, se aplicará lo dispuesto en el artículo siguiente.

Artículo 42. *Prohibición de envíos no solicitados*

Queda prohibido enviar al consumidor artículos o mercancías no pedidos por él al comerciante cuando dichos suministros incluyan una petición de pago. En caso de que así se haga, y sin perjuicio de la infracción que ello suponga, el receptor de tales artículos no estará obligado a su devolución, ni podrá reclamársele el precio.

En caso de que decida devolverlo no deberá indemnizar por los daños o deméritos sufridos por el producto.

No será de aplicación lo dispuesto en el párrafo primero cuando quede claramente de manifiesto al receptor que el envío no solicitado se debía a un error, correspondiendo al vendedor la carga de la prueba. El receptor tendrá derecho a ser indemnizado por los gastos y por los daños y perjuicios que se le hubieran causado.

Artículo 43. *Ejecución y pago*

1. Salvo que las partes hayan acordado otra cosa, el vendedor deberá ejecutar el pedido a más tardar en el plazo de treinta días a partir del día siguiente a aquel en que el comprador le haya comunicado su pedido.

2. En caso de no ejecución del contrato por parte del vendedor por no encontrarse disponible el bien objeto del pedido, el comprador deberá ser informado de esta falta de disponibilidad y deberá poder recuperar cuanto antes, y en cualquier caso en un plazo de treinta días como máximo, las sumas que haya abonado. En el supuesto de que el vendedor no realice este abono en el plazo señalado, el comprador podrá reclamar que se le pague el doble de la suma adeudada, sin perjuicio a su derecho de ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos en lo que excedan de dicha cantidad.

3. De no hallarse disponible el bien objeto del pedido, cuando el consumidor hubiera sido informado expresamente de tal posibilidad, el vendedor podrá suministrar sin aumento de precio un producto de características similares que tenga la misma o superior calidad. En este caso, el comprador podrá ejercer sus derechos de desistimiento y resolución en los mismos términos que si se tratara del bien inicialmente requerido.

Artículo 44. Derecho de desistimiento

1. El comprador dispondrá de un plazo mínimo de siete días hábiles para desistir del contrato sin penalización alguna y sin indicación de los motivos. Será la ley del lugar donde se ha entregado el bien la que determine qué días han de tenerse por hábiles.

2. El ejercicio del derecho de desistimiento no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite en cualquier forma admitida en derecho.

3. El derecho de desistimiento no puede implicar la imposición de penalidad alguna, si bien podrá exigirse al comprador que se haga cargo del coste directo de devolución del producto al vendedor.

No obstante lo anterior, en los supuestos en que el vendedor pueda suministrar un producto de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por el consumidor, los costes directos de devolución, si se ejerce el derecho de desistimiento, serán por cuenta del vendedor que habrá debido informar de ello al consumidor.

Serán nulas de pleno derecho las cláusulas que impongan al consumidor una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento o la renuncia al mismo.

4. A efectos del ejercicio del derecho de desistimiento, el plazo se calculará a partir del día de recepción del bien, siempre que se haya cumplido el deber de información que impone el art. 47.

5. En el caso de que el vendedor no haya cumplido con tal deber de información, el comprador podrá resolver el

contrato en el plazo de tres meses a contar desde aquel en que se entregó el bien. Si la información a que se refiere el art. 47 se facilita durante el citado plazo de tres meses, el período de siete días hábiles para el desistimiento empezará a correr desde ese momento. Cuando el comprador ejerza su derecho a resolver el contrato por incumplimiento del deber de información que incumbe al vendedor, no podrá éste exigir que aquél se haga cargo de los gastos de devolución del producto.

6. Cuando el comprador haya ejercido el derecho de desistimiento o el de resolución conforme a lo establecido en el presente artículo, el vendedor estará obligado a devolver las sumas abonadas por el comprador sin retención de gastos. La devolución de estas sumas deberá efectuarse lo antes posible y, en cualquier caso, en un plazo máximo de treinta días desde el desistimiento o la resolución. Corresponde al vendedor la carga de la prueba sobre el cumplimiento del plazo. Transcurrido el mismo sin que el comprador haya recuperado la suma adeudada, tendrá derecho a reclamarla duplicada, sin perjuicio de que además se le indemnicen los daños y perjuicios que se le hayan causado en lo que excedan de dicha cantidad.

7. En caso de que el precio haya sido total o parcialmente financiado mediante un crédito concedido al comprador por parte del vendedor o por parte de un tercero previo acuerdo de éste con el vendedor, el ejercicio del derecho de desistimiento o de resolución contemplados en este artículo implicará al tiempo la resolución del crédito sin penalización alguna para el comprador.

8. El transcurso del plazo del derecho de desistimiento sin ejecutarlo no será obstáculo para el posterior ejercicio de las acciones de nulidad o resolución del contrato cuando procedan conforme a derecho.

Artículo 45. *Excepciones al derecho de desistimiento*

Salvo pacto en contrario, lo dispuesto en el artículo anterior no será aplicable a los siguientes contratos:

- a) Contratos de suministro de bienes cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el vendedor no pueda controlar.
- b) Contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados, o que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez.
- c) Contratos de suministro de grabaciones sonoras o de vídeo, de discos y de programas informáticos que hu-

biesen sido desprecintados por el consumidor, así como de ficheros informáticos, suministrados por vía electrónica, susceptibles de ser descargados o reproducidos con carácter inmediato para su uso permanente.

- d) Contratos de suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas.

Artículo 46. Pago mediante tarjeta

1. Cuando el importe de una compra hubiese sido cargado fraudulenta o indebidamente utilizando el número de una tarjeta de pago, su titular podrá exigir la inmediata anulación del cargo. En tal caso, las correspondientes anotaciones de adeudo y reabono en las cuentas del proveedor y del titular se efectuarán a la mayor brevedad.

2. Sin embargo, si la compra hubiese sido efectivamente realizada por el titular de la tarjeta y la exigencia de devolución no fuera consecuencia de haberse ejercido el derecho de desistimiento o de resolución reconocido en el art. 44 y, por tanto, hubiese exigido indebidamente la anulación del correspondiente cargo, aquél quedará obligado frente al vendedor al resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados como consecuencia de dicha anulación.

Artículo 47. Información

1. Además de la información señalada en el art. 40, el consumidor deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos:

- a) Información escrita sobre las condiciones y modalidades de ejercicio de los derechos de desistimiento y resolución, así como un documento de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, que exprese el nombre y dirección de la persona a quien debe enviarse y los datos de identificación del contrato y de los contratantes a que se refiere.
- b) La dirección del establecimiento del vendedor donde el comprador pueda presentar sus reclamaciones.
- c) Información relativa a los servicios postventa y a las garantías comerciales existentes.
- d) En caso de celebración de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año, las condiciones de rescisión del contrato.

2. La información a que se refiere el apartado anterior deberá facilitarse por escrito o, salvo oposición expresa del consumidor, en cualquier otro soporte duradero adecuado a la técnica de comunicación empleada y en la lengua utilizada en la propuesta de contratación.

CAPÍTULO III

Venta automática

Artículo 48. Derogado por RDL 1/2007 que aprueba la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Artículo 49. *Concepto*

1. Es venta automática la forma de distribución detallista, en la cual se pone a disposición del consumidor el producto o servicio para que éste lo adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

2. Los distintos modelos de máquinas para la venta automática deberán cumplir la normativa técnica que les sea de aplicación.

Artículo 50. *Advertencias obligatorias*

Para protección de los consumidores y usuarios, en todas las máquinas de venta deberán figurar con claridad:

- a) La información referida al producto y al comerciante que lo ofrece: el tipo de producto que expenden, su precio, la identidad del oferente, así como una dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones.
- b) La información relativa a la máquina que expende el producto: el tipo de monedas que admite, las instrucciones para la obtención del producto deseado, así como la acreditación del cumplimiento de la normativa técnica aplicable.

Artículo 51. *Recuperación del importe*

Todas las máquinas de venta deberán permitir la recuperación automática del importe introducido en el caso de no facilitarse el artículo solicitado.

Artículo 52. *Responsabilidad*

En el caso de que las máquinas de venta estén instaladas en un local destinado al desarrollo de una empresa o actividad privada, los titulares de la misma responderán solidariamente con el de la propia máquina frente al comprador del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la venta automática.

CAPÍTULO IV

Venta ambulante o no sedentaria²

Artículo 53. *Concepto*

Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente.

Artículo 54. *Autorización*

Corresponderá a los Ayuntamientos otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante en sus respectivos términos municipales, de acuerdo con sus normas específicas y las contenidas en la legislación vigente, de acuerdo con el marco respectivo de competencias.

No obstante lo anterior, y puesto que el número de autorizaciones disponibles es limitado debido a la escasez de suelo público habilitado a tal efecto, la duración de las mismas no podrá ser por tiempo indefinido, debiendo permitir, en todo caso, la amortización de las inversiones y una remuneración equitativa de los capitales invertidos.

El procedimiento para la selección entre los posibles candidatos habrá de garantizar la transparencia y la imparcialidad y, en concreto, la publicidad adecuada del inicio, desarrollo y fin del proceso.

La autorización que se otorgue no dará lugar a un procedimiento de renovación automática ni conllevará ningún otro tipo de ventaja para el prestador cesante o las personas que estén especialmente vinculadas con él.

Artículo 55. *Identificación*

Quienes ejerzan el comercio ambulante deberán tener expuesto en forma fácilmente visible para el público sus datos personales y el documento en el que conste la correspondiente autorización municipal, así como una dirección para la recepción de las posibles reclamaciones.

CAPÍTULO V

Venta en pública subasta

Artículo 56. *Concepto*

1. La celebración de una pública subasta consiste en ofertar, pública e irrevocablemente, la venta de un bien a favor de quien ofrezca, mediante el sistema de pujas y dentro del

² Véase el RD 199/2010, de 26 de febrero (BOE de 13 de marzo de 2010).

plazo concedido al efecto, el precio más alto por encima de un mínimo, ya se fije éste inicialmente o mediante ofertas descendentes realizadas en el curso del propio acto.

2. La regulación de las ventas en pública subasta contenida en la presente Ley se aplicará a las efectuadas por empresas que se dediquen habitualmente a esta actividad o al comercio al por menor.

Las subastas de títulos, así como las subastas judiciales y administrativas, se regirán por su normativa específica.

Artículo 57. Contrato de subasta

1. En el supuesto de que los bienes a subastar no pertenezcan a la empresa que desarrolla esta actividad, las relaciones con el propietario de los mismos se ajustarán a lo estipulado entre las partes de acuerdo con la normativa general sobre contratación.

2. En defecto de pacto expreso, se entenderá que todos los gastos de la subasta, incluidos los de custodia y, en su caso, tasación, corresponden a la empresa de subastas, sin que el propietario deba entregar por este concepto remuneración adicional alguna, fuera del precio o gratificación establecido.

También corresponderá a la referida empresa, salvo estipulación en contrario, la obligación de custodia y exposición de los bienes y, en su caso, los de inclusión en el catálogo.

3. La empresa subastadora deberá comprobar, en su caso, el cumplimiento de los requisitos establecidos en la legislación para la protección del tesoro artístico, histórico y bibliográfico de España.

4. El encargo de subasta deberá documentarse por escrito en el que se identificarán las partes, el objeto y condiciones de la venta, así como la retribución de la empresa subastadora.

Artículo 58. Oferta de venta en subasta

1. La oferta de venta en subasta deberá contener una descripción veraz de los objetos que salen a la misma, con identificación de si sus calidades son ciertas o, simplemente, supuestas o averdadas por determinado experto.

2. En especial, cuando, en salas especializadas en objetos de arte o de valor, se oferte la venta en subasta de una imitación o de un artículo que, aunque aparentemente precioso, no lo sea en realidad, deberá hacerse constar, expresamente, esta circunstancia tanto en los anuncios como en las invitaciones en las pujas.

Cuando se oferte la venta en subasta de un objeto acompañado del nombre o de las iniciales de un determinado autor o precisando que aparece firmado por el mismo, se considerará que se vende como original de dicho autor, a menos que consten con claridad las oportunas advertencias.

3. Lo dispuesto en el apartado 2 del presente artículo será también de aplicación a las ventas de objetos preciosos o artísticos que se oferten al público en forma distinta a la subasta.

Artículo 59. *Relaciones entre la empresa subastadora y los licitadores*

1. Únicamente podrá exigirse la constitución de fianza a los licitadores, cuando expresamente se haya consignado esta condición en los anuncios de la subasta.

En ningún caso, el importe de las fianzas podrá ser superior al 5 por 100 del precio de salida de los bienes en cuya licitación se quiera participar.

2. La fianza constituida por los licitadores a quienes no hubiese sido adjudicado el remate les deberá ser reintegrada dentro del plazo máximo de tres días a contar desde la finalización del acto.

3. En el caso de que el rematante no satisficiera el precio en las condiciones en que se hizo la adjudicación, perderá la fianza constituida que, en defecto de pacto, corresponderá al titular del bien subastado, una vez deducido el premio o comisión atribuible a la empresa subastadora, sin perjuicio del derecho del vendedor a exigir el cumplimiento del contrato.

Artículo 60. *Documentación*

1. Adjudicado un bien se consignará inmediatamente por escrito procediéndose a la entrega del mismo una vez satisfecho el precio del remate o la parte del mismo determinada en los correspondientes anuncios.

2. Las ventas en pública subasta deberán, necesariamente, formalizarse mediante documento público o privado que, en su caso, podrá ser otorgado por la empresa subastadora como mandataria del propietario del bien subastado.

Artículo 61. *Efectos de la venta en subasta*

1. La adquisición de bienes muebles mediante una venta en pública subasta de acuerdo con lo previsto en la presente Ley determinará su irreivindicabilidad en la forma establecida en el art. 85 del Código de Comercio.

2. La empresa subastadora responderá solidariamente con el titular del bien subastado por la falta de conformidad de éste con el anuncio de la subasta, así como por los vicios o defectos ocultos de la cosa vendida, cuando hubiese incumplido las obligaciones de información que le impone el art. 58 de la presente Ley.

CAPÍTULO VI

De la actividad comercial en régimen de franquicia

Artículo 62. *Regulación del régimen de franquicia*³

1. La actividad comercial en régimen de franquicia es la que se lleva a efecto en virtud de un acuerdo o contrato por el que una empresa, denominada franquiciadora, cede a otra, denominada franquiciada, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios.

2. Las personas físicas o jurídicas que pretendan desarrollar en territorio español la actividad de franquiciadores a que se refiere el apartado anterior, deberán comunicar el inicio de su actividad en el plazo de tres meses desde su inicio al Registro de Franquiciadores, que recogerá los datos que reglamentariamente se establezcan.

Las empresas de terceros países, no establecidas en España, que pretendan desarrollar en España la actividad de franquiciadores, lo comunicarán directamente al Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el plazo de tres meses desde su inicio.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio informará a las Comunidades Autónomas de las empresas franquiciadoras registradas.

Del mismo modo, las Comunidades Autónomas comunicarán al Registro de Franquiciadores del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio las modificaciones que se produzcan en el registro autonómico correspondiente.

3. Asimismo, con una antelación mínima de veinte días a la firma de cualquier contrato o precontrato de franquicia o entrega por parte del futuro franquiciado al franquiciador de cualquier pago, el franquiciador deberá haber entregado al futuro franquiciado por escrito la información necesaria para que pueda decidir libremente y con conocimiento de causa su incorporación a la red de franquicia y, en especial, los datos principales de identificación del franquiciador, descripción del sector de actividad del negocio objeto de franquicia, contenido y características de la franquicia y de su explotación, estructura y extensión de la red y elementos esenciales del acuerdo de franquicia. Reglamentariamente se establecerán las demás condiciones básicas para la actividad de cesión de franquicias.

³ Desarrollada por el RD 201/2010, de 26 de febrero (BOE de 13 de marzo de 2010).

TÍTULO IV

Infracciones y sanciones

CAPÍTULO PRIMERO

Principios generales

Artículo 63. *Competencias sancionadoras*

1. Las Administraciones Públicas comprobarán el cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley, a cuyo fin podrán desarrollar las actuaciones inspectoras precisas en las correspondientes empresas. También sancionarán las infracciones cometidas, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir.

La competencia sancionadora corresponderá a las respectivas Comunidades Autónomas.

2. La instrucción de causa penal ante los Tribunales de Justicia o la incoación de expediente por infracción de las normas de defensa de la competencia, suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiera sido incoado por los mismos hechos y, en su caso, la eficacia de las resoluciones sancionadoras.

3. Serán de aplicación a las infracciones recogidas en esta Ley las reglas y principios sancionadores contenidos en la legislación general sobre régimen jurídico de las administraciones públicas y procedimiento administrativo común.

4. En ningún caso se podrá imponer una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.

5. Las personas y las entidades de cualquier naturaleza jurídica que dispongan o tengan el deber jurídico de disponer de información o documentación que pudiera contribuir al esclarecimiento de la comisión de infracciones tipificadas en esta ley o a la determinación del alcance y/o de la gravedad de las mismas, tienen el deber de colaborar con las autoridades competentes en materia de ordenación del comercio. A tal efecto, dentro de los plazos establecidos, deberán facilitar la información y los documentos que les sean requeridos por la inspección en el ejercicio de sus funciones.

CAPÍTULO II

Clases de infracciones

Artículo 64. *Infracciones leves*

Tendrán la consideración de infracciones leves:

- a) No exhibir la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentariamente establecida.
- b) La realización de actividades comerciales en horario superior al máximo que, en su caso, se haya establecido.
- c) Realizar ventas en rebajas fuera de los casos autorizados en la presente Ley.
- d) No hacer figurar en los artículos rebajados los precios habituales de los mismos.
- e) El incumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley acerca de las ofertas de venta conjunta.
- f) Omitir en los anuncios de las subastas los requisitos establecidos en la presente Ley.
- g) El retraso en la devolución de las fianzas constituidas por los licitadores no adjudicatarios de las ventas en subasta.
- h) En general, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley, que no sean objeto de sanción específica.
- i) Los incumplimientos de lo dispuesto en el párrafo d) del apartado 1 del citado art. 2 serán sancionables conforme a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal correspondiendo la potestad sancionadora al órgano que resulte competente.

Artículo 65. *Infracciones graves*

1. Tendrán la consideración de infracciones graves:

- a) Ejercer una actividad comercial sin previa autorización en el caso de que ésta fuera preceptiva, o sin haber realizado la comunicación en plazo al Registro de ventas a distancia, o no realizar las comunicaciones o notificaciones a la administración comercial exigidas por la normativa vigente.
- b) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
- c) Realizar ventas con pérdida, con excepción de los supuestos señalados en la Ley, e incumplir las normas sobre facturas que recoge el art. 14.
- d) La realización por parte de las entidades a que se refiere el art. 15 de operaciones de venta con personas distintas a sus socios o beneficiarios.

- e) La realización de actividades comerciales en domingos y días festivos en los casos de prohibición.
- f) El incumplimiento de los plazos máximos de pago que contempla el apartado 3 del art. 17, así como la falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria, y la falta de entrega de un efecto endosable a la orden en los supuestos y plazos contemplados en el apartado 4 del art. 17.
- g) No dejar constancia documental de la fecha de entrega de mercancías por los proveedores o falsear este dato.
- h) La oferta de operaciones comerciales en pirámide en la forma prohibida por la presente Ley.
- i) La falta de veracidad en los anuncios de prácticas promocionales calificando indebidamente las correspondientes ventas u ofertas.
- j) Ofertar como rebajados artículos defectuosos o adquiridos expresamente con tal finalidad.
- k) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega y canje de los obsequios promocionales.
- l) Anunciar o realizar operaciones de venta en liquidación con incumplimiento de los requisitos establecidos al respecto.
- m) Anunciar ventas como directas de fabricante o mayorista con incumplimiento de lo establecido al respecto en la presente Ley.
- o) Admitir objetos para su venta en subasta sin haber comprobado el cumplimiento de los requisitos exigidos en la legislación en defensa del patrimonio histórico, artístico y bibliográfico de España.
- p) La resistencia, negativa u obstrucción a la acción comprobadora o inspectora de las administraciones comerciales.
- q) La reincidencia en la comisión de faltas leves.
- r) El incumplimiento por parte de quienes otorguen el contrato de franquicia de la obligación de comunicación del inicio de actividad al Registro de Franquiciadores en el plazo a que se refiere el art. 62.2, así como la falta de actualización de los datos que con carácter anual deben realizar.
- s) Cursar información errónea o claramente insuficiente cuando ésta haya sido solicitada de conformidad con la normativa de aplicación y tenga carácter esencial, se generen graves daños o exista intencionalidad.

2. La imposición de sanciones administrativas en los supuestos recogidos en los apartados f) y g) del apartado 1 del presente artículo no prejuzgará, en modo alguno, la validez

de los correspondientes contratos o de las obligaciones, respectivamente, asumidas por las partes.

Artículo 66. *Infracciones muy graves*

Se considerará infracción muy grave cualquiera de las definidas como graves en el artículo anterior cuando concurren algunas de las circunstancias siguientes:

- a) Que el volumen de la facturación realizada o el precio de los artículos ofertados a que se refiere la infracción sea superior a 100.000.000 pts.
- b) Que exista reincidencia.

Artículo 67. *Reincidencia*

1. Se entenderá que existe reincidencia, por comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme.

2. No obstante lo señalado en el párrafo anterior, para calificar una infracción como muy grave, sólo se atenderá a la reincidencia en infracciones graves y la reincidencia en infracciones leves sólo determinará que una infracción de este tipo sea calificada como grave cuando se incurra en el cuarto supuesto sancionable.

CAPÍTULO III **Sanciones**

Artículo 68. *Cuantía de las multas*

1. Las infracciones muy graves se sancionarán con multa de 30.000 euros hasta 900.000 euros⁴.

2. Las infracciones graves se sancionarán con multa de 6.000 euros a 30.000 euros.

3. Las infracciones leves se sancionarán con multa de hasta 6.000 euros.

4. Cuando la sanción lo sea por la forma de actividad comercial que se realiza o por los productos comercializados, las sanciones comportarán la incautación y pérdida de la mercancía objeto de la actividad comercial de que se trate.

5. En el caso de tercera reincidencia en infracciones calificadas como muy graves, las Comunidades Autónomas podrán decretar el cierre temporal de la empresa, el establecimiento o la industria infractora, por un período máximo de un año.

⁴ La cuantía máxima será de 500.000 euros hasta el 31 de diciembre de 2010, conforme a la disposición transitoria segunda de la Ley 1/2010, de 1 de marzo.

El acuerdo de cierre debe determinar las medidas complementarias para su plena eficacia.

Artículo 69. *Graduación*

Las sanciones se graduarán especialmente en función del volumen de la facturación a la que afecte, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción, reincidencia y capacidad o solvencia económica de la empresa.

Artículo 70. *Prescripción*

1. Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses. Estos plazos se contarán a partir de la producción del hecho sancionable o de la terminación del período de comisión si se trata de infracciones continuadas.

2. Las sanciones prescribirán en los mismos plazos contados a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

Artículo 71. *Suspensión temporal de la actividad*

La Comunidad Autónoma competente podrá adoptar la medida de cierre de las instalaciones o los establecimientos que no dispongan de las autorizaciones preceptivas o la suspensión de su funcionamiento hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos en los supuestos de falta muy grave. Asimismo, podrá suspender la venta cuando, en su ejercicio, advierta las mismas irregularidades.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Disposición adicional segunda

Los órganos de la Administración competente, así como los órganos, asociaciones o personas a que se refiere el art. 25.1 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, estarán legitimados para instar, en el procedimiento establecido en el capítulo IV de la citada Ley, la cesación o, en su caso, la rectificación de la publicidad que resulte contraria a la normativa vigente.

Disposición adicional tercera

Se añade el siguiente inciso final al apartado 1 del art. 221 de la Ley de Sociedades Anónimas:

“Cuando la sociedad tenga un volumen de facturación anual superior a 1.000.000.000 pts. el límite de la multa para cada año de retraso se elevará a 50.000.000 pts.”.

Disposición adicional cuarta

1. Las entidades de cualquier naturaleza jurídica que se dediquen al comercio mayorista o minorista o a la realización de adquisiciones o presten servicios de intermediación para negociar las mismas, por cuenta o encargo de los comerciantes al por menor, deberán formalizar su inscripción, así como el depósito anual de sus cuentas en el Registro Mercantil en la forma en que se determine reglamentariamente, cuando en el ejercicio inmediato anterior las adquisiciones realizadas o intermediadas o sus ventas, hayan superado la cifra de 100.000.000 pts.

Estas obligaciones no serán aplicables a los comerciantes que sean personas físicas.

2. La falta de inscripción o de depósito de las cuentas será sancionada en la forma prevista en el art. 221 de la Ley de Sociedades Anónimas.

3. Lo dispuesto en los apartados 1 y 2 se aplicará sin perjuicio de la obligación de inscripción y depósito de cuentas establecida para otras entidades de acuerdo con sus normas específicas.

Disposición adicional quinta

La presente Ley no será de aplicación a los establecimientos dedicados a la venta y expedición de productos farmacéuticos, ni a las expendedorías de tabaco y timbre del Estado, en los aspectos regulados por sus normativas específicas.

Disposición adicional sexta

Lo dispuesto en los arts. 9, 14 y 17 de la presente Ley, será de aplicación a las entidades de cualquier naturaleza jurídica, que se dediquen al comercio mayorista o que realicen adquisiciones o presten servicios de intermediación para negociar las mismas por cuenta o encargo de otros comerciantes.

Disposición adicional séptima. *Compensación de deudas en caso de responsabilidad por incumplimiento*

Las Administraciones Públicas que, en el ejercicio de sus competencias, incumplieran lo dispuesto en esta ley o en el Derecho comunitario europeo afectado, dando lugar a que el Reino de España sea sancionado por las instituciones europeas asumirán, en la parte que les sea imputable, las responsabilidades que de tal incumplimiento se hubieran derivado. En el procedimiento de imputación de responsabilidad que se tramite se garantizará, en todo caso, la audiencia de la Administración afectada, pudiendo compensarse el importe que se determine con cargo a las transferencias financieras que la misma reciba.

La Administración del Estado podrá compensar dicha deuda contraída por la Administración responsable con la Hacienda Pública estatal con las cantidades que deba transferir a aquella, de acuerdo con el procedimiento regulado en la Ley 50/1998, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. En todo caso, en el procedimiento de imputación de responsabilidad que se tramite se garantizará, la audiencia de la Administración afectada.

Disposición adicional octava. *Proyectos que deban someterse a evaluación de impacto ambiental*

Cuando, de acuerdo con esta ley, se exija una declaración responsable o una comunicación para el acceso a una actividad o su ejercicio y una evaluación de impacto ambiental, conforme al texto refundido de la Ley de Impacto Ambiental de proyectos, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2008, de 11 de enero, o a la normativa autonómica de desarrollo, la declaración responsable o la comunicación no podrá presentarse hasta haber llevado a cabo dicha evaluación de impacto ambiental y, en todo caso, deberá disponerse de la documentación que así lo acredite.

Disposición adicional novena. *Condiciones de accesibilidad*

Los establecimientos comerciales incluidos en el ámbito de esta Ley deberán observar las normas sobre condiciones de accesibilidad y no discriminación en el acceso y utilización de los mismos, de acuerdo con lo establecido en los desarrollos de la disposición final sexta de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y, en su caso, la normativa autonómica de aplicación.

Disposición adicional décima. *Planificación urbanística de los usos comerciales*

Las autoridades competentes en el diseño de la planificación urbanística atenderán a los problemas de movilidad y desplazamientos derivados de las concentraciones comerciales fuera de los núcleos urbanos, así como tendrán en cuenta el abastecimiento inmediato y adecuado de la población, facilitando la satisfacción de las necesidades de compra en un entorno de proximidad, con especial atención a aquellos ciudadanos que por cualesquiera razones tienen dificultades de desplazamiento.

Disposición adicional undécima. *Régimen jurídico de los contratos de distribución comercial*

A los efectos de aplicación de las normas contempladas por la Directiva Europea 2006/123/CE y con el fin de eliminar barreras administrativas en la prestación de servicios, y dadas las circunstancias especiales del sector y de otros que se recogen en el informe sobre problemática de los contratos de distribución de marzo de 2009 del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que ha elaborado el Gobierno, éste procederá a regular el régimen jurídico de los contratos de distribución comercial.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición transitoria primera

Lo dispuesto en el art. 8 no será de aplicación a las ofertas y promociones ya iniciadas a la fecha de publicación de la presente Ley, hasta transcurrido un plazo de seis meses desde la indicada fecha.

Disposición transitoria segunda. *Régimen de aplazamientos de pagos a los proveedores del comercio minorista*

El plazo fijado para los productos frescos y perecederos seguirá siendo el ya exigible de 30 días. La limitación máxima de 60 días a la que se refiere el art. 17.3 de esta Ley se aplicará a partir del 1 de julio de 2006. Entre tanto, los aplazamientos de pago de los productos de alimentación que no tengan carácter de frescos ni perecederos y los productos de gran consumo no excederán de noventa días desde la entrega de la mercancía.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Disposición derogatoria única

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley, y el art. 5 del Real Decreto-ley 2/1985, de 30 de abril, sobre medidas de política económica.

DISPOSICIÓN FINAL

Disposición final única

Los arts. 1, 8, 10, 11, 12, 16, 17, 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49.1, 51, 52, 53, 56, 57, 59, 60, 61, 62.1, 63, y las disposiciones adicionales segunda, tercera y cuarta de la presente Ley constituyen legislación civil y mercantil y serán de aplicación general por ampararse en la competencia exclusiva del Estado para regular el contenido del derecho privado de los contratos, resultante de las reglas 6ª y 8ª del art. 149.1 de la Constitución.

Los arts. 38.5, 38.6 y 38.7 constituyen asimismo legislación civil y mercantil y se amparan en las competencias exclusivas del Estado para regular el contenido del derecho privado de los contratos y para regular las telecomunicaciones, resultantes de las reglas 6ª, 8ª y 21ª del art. 149.1 de la Constitución.

Los arts. 14, 15, 23.3, 24, 25, 28.1, 30.1, 31.2 y 33 de la presente Ley se amparan en la competencia exclusiva del Estado para regular el derecho mercantil de la competencia, resultante de la regla 6ª del art. 149.1 de la Constitución.

Los arts. 2, 3, 4, 5, 6.1, 6.2, 6.3, 13, 17, 37, 38.2, 62.2, 64.j), 65.1.a), 65.1.b), 65.1.c), 65.1.e), 65.1.f), 65.1.ñ), 65.1.r) y 65.1.s) de la presente Ley tendrán la consideración de normativa básica dictada al amparo de la regla 13ª del art. 149.1 de la Constitución.

Los arts. 6.4 y 54 de la presente Ley se dictan al amparo de lo dispuesto en las reglas 13ª y 18ª de la Constitución, que establecen la competencia exclusiva del Estado sobre bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica y la competencia para dictar las bases del régimen jurídico de las Administraciones Públicas y el procedimiento administrativo común.

Los arts. 67 y 70 se dictan al amparo de lo dispuesto en las reglas 1ª y 18ª del art. 149.1 de la Constitución.

El art. 69 tendrá carácter básico y se dicta al amparo de la competencia exclusiva del Estado para regular las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales contenida en la regla 1ª del art. 149.1 de la Constitución.

La disposición adicional séptima tendrá carácter básico y se dicta al amparo de las reglas 13ª, 14ª y 18ª del art. 149.1 de la Constitución que establecen la competencia exclusiva del Estado sobre bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica, sobre la Hacienda general y la deuda del Estado y para dictar las bases del régimen jurídico de las Administraciones Públicas y el procedimiento administrativo común.

La disposición adicional octava tendrá carácter básico y se dicta al amparo de lo establecido en el art. 149.1.23ª de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia para dictar la legislación básica sobre protección del medio ambiente.

Los restantes preceptos de esta Ley podrán ser de aplicación en defecto de legislación específica dictada por las Comunidades Autónomas.

LEY 16/2002, DE 19 DE DICIEMBRE, DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN

(Boletín Oficial de Castilla y León nº 247,
de 24 de diciembre de 2002)

ÍNDICE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

TÍTULO PRIMERO. DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO PRIMERO. PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 1. Objeto de la Ley

Artículo 2. Actividad comercial

Artículo 3. Actividad comercial minorista y mayorista

Artículo 4. Condiciones para el ejercicio de la actividad comercial

Artículo 5. Principios de actuación de los poderes públicos

CAPÍTULO II. OFERTA COMERCIAL

Artículo 6. Condiciones generales de la oferta comercial

Artículo 8. Horarios comerciales

CAPÍTULO III. PRECIOS Y GARANTÍAS DE LOS PRODUCTOS

Artículo 10. Precio de los bienes y productos

Artículo 11. Garantías de los bienes y productos

Artículo 12. Prohibición de la venta con pérdida

CAPÍTULO IV. DEL CONSEJO CASTELLANO Y LEONÉS DE COMERCIO

Artículo 13. El Consejo Castellano y Leonés de Comercio

TÍTULO II. DEL EQUIPAMIENTO COMERCIAL

CAPÍTULO PRIMERO. OBJETO Y ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA ORDENACIÓN DEL EQUIPAMIENTO COMERCIAL

Artículo 14. Objeto

Artículo 15. Elementos de la ordenación del equipamiento comercial

Artículo 16. Concepto de establecimiento comercial

CAPÍTULO II. RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LOS GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Artículo 17. Concepto de gran establecimiento comercial

Artículo 18. Clasificación de los grandes establecimientos comerciales individuales

Artículo 19. Concepto de superficie de venta al público

Artículo 20. Licencia comercial de gran establecimiento comercial

Artículo 21. Solicitud de la licencia comercial

Artículo 22. Procedimiento

Artículo 23. Resolución

Artículo 24. Criterios para la concesión de la licencia comercial

CAPÍTULO III. TASA APLICABLE A LA TRAMITACIÓN DE LAS LICENCIAS COMERCIALES PARA GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE DESCUENTO DURO

Artículo 25. Tasa por la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales y establecimientos comerciales de descuento duro

TÍTULO III. DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

CAPÍTULO PRIMERO. NORMAS GENERALES

Artículo 29. Concepto

Artículo 30. Requisitos generales

Artículo 31. Prohibición de las ventas en cadena o en pirámide

CAPÍTULO II. RÉGIMEN ESPECÍFICO APLICABLE A LAS DISTINTAS CLASES DE ACTIVIDADES COMERCIALES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

Artículo 32. Ventas en rebajas

Artículo 33. Ventas de saldos

Artículo 34. Ventas en liquidación

Artículo 35. Ventas con obsequio

Artículo 36. Ventas en oferta

Artículo 37. Venta directa realizada por fabricante o mayorista

TÍTULO IV. DE LAS VENTAS ESPECIALES

CAPÍTULO PRIMERO. GENERALIDADES

Artículo 38. Modalidades

CAPÍTULO II. VENTAS A DISTANCIA

Artículo 39. Concepto

Artículo 40. Requisitos

CAPÍTULO III. VENTA AUTOMÁTICA

Artículo 41. Concepto

Artículo 42. Requisitos

Artículo 43. Responsabilidad

CAPÍTULO IV. VENTA A DOMICILIO

Artículo 44. Concepto

CAPÍTULO V. VENTA AMBULANTE O NO SEDENTARIA

Artículo 45. Concepto

Artículo 46. Autorización

Artículo 47. Regulación de la actividad

TÍTULO V. DE LA INSPECCIÓN Y DEL RÉGIMEN SANCIONADOR

CAPÍTULO PRIMERO. PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 48. Principios generales

CAPÍTULO II. DE LA INSPECCIÓN

Artículo 49. Definición y órganos competentes en materia de inspección

CAPÍTULO III. RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES

- Artículo 50. Definición y clasificación de las infracciones
- Artículo 51. Responsabilidad
- Artículo 52. Infracciones leves
- Artículo 53. Infracciones graves
- Artículo 54. Infracciones muy graves
- Artículo 55. Reincidencia
- Artículo 56. Prescripción de las infracciones
- Artículo 57. Tipo de sanciones
- Artículo 58. Sanciones aplicables
- Artículo 59. Procedimiento sancionador y órganos competentes
- Artículo 60. Multas coercitivas
- Artículo 61. Graduación de las sanciones
- Artículo 62. Medidas cautelares
- Artículo 63. Prescripción de las sanciones

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición Transitoria Primera. Vigencia de normas reglamentarias

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Disposición Derogatoria Única

DISPOSICIONES FINALES

Disposición Final Primera, Segunda

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Estatuto de Autonomía de Castilla y León confiere competencias a la Comunidad Autónoma de Castilla y León en materia de Comercio Interior, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y de la legislación sobre defensa de la competencia. Y ello dentro del principio del respeto de los derechos de los consumidores y usuarios, cuyos legítimos intereses económicos así como su salud y seguridad deben ser protegidos por los poderes públicos, tal y como señala el art. 51 de la Constitución Española.

Dentro del marco del ordenamiento jurídico general es la Ley el cauce normativo para desarrollar las disposiciones que conforman la ordenación del comercio interior en el ámbito territorial de la Comunidad de Castilla y León.

La Ley de Comercio de Castilla y León viene a satisfacer las necesidades que tanto los comerciantes como los consumidores vienen sintiendo, tanto por la modificación profunda de las estructuras comerciales como por la evolución que la actividad comercial en sí misma ha venido manifestando en sus formas de desarrollo y en el asentamiento de nuevos sistemas de comercialización de bienes y servicios, incendien-

do de forma particular en la reforma y modernización de las estructuras comerciales y en la participación de los agentes sociales intervinientes en este sector de la vida económica, así como en la defensa de los consumidores.

Dentro del riguroso respeto a la legislación estatal reguladora del comercio minorista, dado que se sitúa en muchos aspectos como el apoyo adecuado de la nueva Ley, se ha elaborado este texto atendiendo a las peculiaridades propias de la Comunidad Autónoma y su realidad socioeconómica en el ámbito comercial.

Asimismo la presente Ley ha tenido en cuenta la normativa comunitaria sobre la materia y ha incorporado disposiciones aplicadas en la Unión Europea sobre todo en lo que respecta a los derechos de información de los consumidores y a la calidad de los productos adquiridos por éstos.

También han resultado ser un referente principal las normas propias hasta ahora vigentes en materia de comercio, dado que la nueva Ley pretende ser una mejora y una adaptación a los nuevos tiempos, y nunca una fractura con una normativa que ha servido para estructurar de forma adecuada el sector comercial en Castilla y León.

El objetivo que se pretende con esta Ley es agrupar los contenidos regulados en distintas normas hasta ahora vigentes, y además dar efectividad a la plena asunción de la competencia que sobre esta materia establece nuestro Estatuto de Autonomía, con lo que se consigue un texto normativo integral.

La Ley presenta en sí misma importantes novedades que es preciso destacar, después de haber señalado su destacada función de norma integradora, se ha realizado el esfuerzo de adaptar el texto lo más posible a la realidad comercial de nuestra Región, lo que se refleja en muy diversos aspectos.

Se pretende potenciar la colaboración de la Administración Regional con todos los sectores afectados para la consecución de la reforma, la mejora de la competitividad, la racionalización y la creación de empleo en el sector.

Del Título I es necesario destacar que se introduce el concepto de actividad comercial, y dentro del mismo también se acogen a las prestaciones de servicios que deriven de la misma; se sienta el modelo de organización comercial para Castilla y León a través de los principios informadores de la Ley. Por vez primera se establece un régimen para la devolución de los bienes y productos al señalar las características principales de la oferta comercial.

Es preciso enfatizar la acogida bajo una norma de rango legal de un órgano «ad hoc», con ya larga tradición, que es el Consejo Castellano y Leonés de Comercio, como referente de la representación de los agentes económicos y sociales así co-

mo de las Administraciones territoriales de Castilla y León relacionados con el sector comercial.

El Título II aborda la gran cuestión de los equipamientos comerciales, tomando como primera referencia la legislación que se deroga, pero acomodando en la norma las nuevas tendencias existentes en esta materia desde el análisis de todos los intereses implicados.

En este punto, la Ley realiza el esfuerzo de servir de cauce para la conexión e integración de materias relacionadas con el equipamiento comercial, como la normativa urbanística y la ordenación del territorio, afrontando la necesidad que la Administración Autónoma planifique una respuesta conjunta para el desarrollo de nuestra Región.

Desde esa óptica, la regulación del equipamiento comercial se materializa en la diferenciación de los grandes establecimientos comerciales y los medianos establecimientos comerciales, sometidos a la necesidad de licencia; para los primeros de la Comunidad Autónoma y para los segundos de las entidades locales interesadas, ligadas ambas a las previsiones del Plan General de Equipamiento Comercial, y para el caso de las medianas superficies, a la existencia de Planes Territoriales de Equipamiento Comercial. A ello se añade la necesidad de autorización para los establecimientos de descuento duro que hasta ahora no se habían regulado.

Respecto a las licencias comerciales para la instalación de grandes superficies comerciales y de establecimientos comerciales de descuento duro, la Ley establece una tasa para hacer recaer sobre los solicitantes de estas licencias, el coste de actuación administrativa que la tramitación de las mismas conllevan. El establecimiento de estas tasas se efectúa de acuerdo con lo establecido en el Título II de la Ley 12/2001, de 20 de diciembre, de Tasas y Precios Públicos de la Comunidad de Castilla y León.

Resulta asimismo muy novedoso la necesidad de que obtengan licencia comercial los establecimientos comerciales colectivos que encajen en la definición que la Ley contempla, lo que debe valorarse desde la importancia que este tipo de establecimientos tiene en la sociedad urbana y el impacto que produce sobre la misma.

En el Título III de la Ley se recogen las normas que afectan a las actividades comerciales de promoción de ventas, con una acertada diferenciación de los requisitos generales aplicables a todas ellas y un mínimo régimen específico aplicable a cada uno de los tipos, en el que destaca la limitación temporal a las llamadas ventas en oferta o promociones de venta.

El Título IV regula de forma detallada las llamadas ventas especiales que se realicen en el territorio de Castilla y León, desde la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios.

El último Título se dedica a prever la existencia de la inspección en materia de comercio y concretar un sistema sancionador satisfactorio, de manera que todos los principios y derechos recogidos en esta Ley se protejan de forma adecuada.

Para terminar se prevé con carácter transitorio que el ejercicio de las funciones necesarias para el control de la competencia en el sector de la distribución comercial se realice por la Consejería competente en materia de Comercio.

TÍTULO PRIMERO

Disposiciones generales

CAPÍTULO PRIMERO

Principios generales

Artículo 1. *Objeto de la Ley*

La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, con la finalidad de ordenar y modernizar el sector de la distribución comercial de acuerdo con los principios establecidos en el art. 5.

Artículo 2. *Actividad comercial*

1. A los efectos de la presente Ley se entiende por actividad comercial la que consiste en ofertar al mercado productos o mercancías con ánimo de lucro.

Reglamentariamente se podrán establecer excepciones a lo señalado anteriormente.

2. También se considera actividad comercial la prestación de determinados servicios cuando se oferten al mercado con las características señaladas en el apartado anterior y deriven de la actividad comercial definida en el apartado 1º.

Reglamentariamente se determinará la relación de servicios incluidos en el ámbito de aplicación de esta Ley.

Artículo 3. *Actividad comercial minorista y mayorista*

1. Se entiende por actividad comercial de carácter minorista, a los efectos de esta Ley, situar u ofrecer en el mercado productos y mercancías, así como la prestación al público de

determinados servicios que constituyen un acto de comercio, siempre que tengan como destinatario final al consumidor o usuario.

A los efectos de lo señalado anteriormente se estará al concepto de consumidor y usuario recogido en la normativa vigente en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

2. Se entiende por actividad comercial de carácter mayorista, a los efectos de esta Ley, la que tiene por objeto situar u ofrecer en el mercado productos y mercancías cuyos destinatarios sean otros comerciantes o empresarios que no resulten consumidores finales de los mismos.

Artículo 4. *Condiciones para el ejercicio de la actividad comercial*

Aquellas personas físicas o jurídicas que pretendan ejercer la actividad comercial recogida en esta Ley deberán gozar de la capacidad jurídica para el ejercicio del comercio de acuerdo con la normativa civil y mercantil del Estado y, en especial cumplir con la obligación de satisfacer los tributos que para el ejercicio de la actividad comercial establezca cualquier Administración Pública, así como estar dados de alta en el régimen de la Seguridad Social que les corresponda, y disponer de las correspondientes autorizaciones municipales.

Asimismo estarán sujetos a los criterios de ordenación e intervención administrativa en los supuestos previstos y conforme a los procedimientos establecidos en la presente Ley, sin perjuicio de lo que resulte de la aplicación del resto de normativa aplicable al respecto.

Artículo 5. *Principios de actuación de los poderes públicos*

Los poderes públicos promoverán actuaciones tendentes a conseguir el desarrollo armónico y la modernización de la actividad comercial y las estructuras comerciales con sometimiento a los siguientes principios generales:

- a) Respeto de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios.
- b) Libertad de empresa en el marco de la economía de mercado.
- c) La libre circulación de mercancías dentro del territorio español y comunitario.
- d) La libertad empresarial para la instalación de establecimientos comerciales.
- e) La adecuación del equipamiento comercial al territorio de Castilla y León, basada fundamentalmente en la búsqueda del equilibrio de todos los valores afectados por su implantación y la sostenibilidad del desarrollo urbano y rural.

- f) Promoción del desarrollo económico y la modernización de la actividad comercial con el objetivo final de incrementar la capacidad de competencia de las empresas y garantizar una ocupación laboral estable en el sector.
- g) Fomento del asociacionismo como fórmula vertebradora del desarrollo armónico y modernizador del tejido comercial.
- h) Promoción de la igualdad de oportunidades y la formación técnica y profesional de los comerciantes y trabajadores del sector comercial.
- i) Libre y leal competencia, impidiendo prácticas restrictivas de la competencia y actos de competencia desleal en el proceso normal de distribución de bienes y productos o de la prestación de servicios.
- j) Desarrollo de políticas tendentes a la protección de las pequeñas y medianas empresas del sector.

CAPÍTULO II

Oferta comercial

Artículo 6. *Condiciones generales de la oferta comercial*

El ejercicio de la actividad comercial suministrando y ofreciendo bienes y productos estará sujeto a lo que concretamente se haya publicitado y ofertado sobre su origen, calidad, cantidad, precio y condiciones de venta, así como a los requisitos que sean exigibles conforme a la normativa reguladora de tales bienes y productos.

Para ello el oferente de los bienes y productos deberá prestar la información apropiada y necesaria para el conocimiento de los mismos, los riesgos de su utilización y las condiciones para su adquisición.

Artículo 7. Suprimido por el Decreto-Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de medidas de impulso de las actividades de servicios en Castilla y León.

Artículo 8. Horarios comerciales

El régimen general aplicable a los establecimientos comerciales en materia de horarios será establecido reglamentariamente por la Junta de Castilla y León en el marco de la legislación estatal básica sobre esta materia.

En todo caso los titulares de actividades y establecimientos comerciales deberán exhibir de forma visible el horario de apertura y cierre de los mismos.

Artículo 9. Suprimido por el ya citado D-L 3/2009, de 23 de diciembre.

CAPÍTULO III

Precios y garantías de los productos

Artículo 10. *Precio de los bienes y productos*

1. Los titulares de establecimientos y actividades comerciales podrán fijar libremente el precio de los bienes y productos que oferten o suministren, sin más limitaciones que las impuestas por la normativa vigente en la materia.

En la actividad comercial minorista será obligatorio exhibir, junto a los bienes y productos ofertados a los consumidores, de forma clara, visible y legible, el precio de venta al público correspondiente a los mismos. Esta obligación comporta asimismo la de facilitar el bien o producto al precio ofertado.

2. La Consejería competente en materia de comercio, previo informe del Consejo Castellano y Leonés de Comercio, podrá establecer reglamentariamente condiciones especiales en la obligación de exhibición de los precios de venta debido a la naturaleza de los bienes y productos que habitualmente ofertan.

3. Los titulares de establecimientos y actividades comerciales informarán sobre los medios y formas de pago admitidos por los mismos, así como de si por cualquier circunstancia una determinada forma de pago no puede aceptarse transitoriamente por razones técnicas.

Artículo 11. *Garantías de los bienes y productos*

1. Los titulares de establecimientos y actividades comerciales responderán con carácter general de la calidad de los bienes y productos dispuestos para la venta de acuerdo con lo previsto en la legislación estatal reguladora del comercio minorista y en los Códigos Civil y de Comercio, y el resto de normas aplicables a las transacciones comerciales.

2. Asimismo, los titulares de establecimientos y de las actividades comerciales responderán y garantizarán sus bienes y productos en la forma establecida en la normativa vigente en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

Artículo 12. *Prohibición de la venta con pérdida*

No se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida, tal y como se señala en la legislación estatal reguladora del comercio minorista, a salvo de los supuestos previstos expresamente en la misma y en el caso de las ventas de

saldos y ventas en liquidación reguladas en el capítulo II del Título III de la presente Ley.

CAPÍTULO IV

Del Consejo Castellano y Leonés de Comercio

Artículo 13. *El Consejo Castellano y Leonés de Comercio*

1. El Consejo Castellano y Leonés de Comercio se constituye como órgano consultivo de las Administraciones Públicas en las materias reguladas por la presente Ley.

2. Son funciones de este órgano:

- a) Emitir informe en los procedimientos de elaboración de proyectos de ley y de disposiciones reglamentarias que afecten al régimen de la actividad comercial.
- b) Emitir informe, cuando los soliciten las Administraciones territoriales competentes, en relación con los instrumentos de planificación sectorial, o de ordenación territorial y urbanística que afecten a la ordenación del comercio o a las estructuras comerciales.
- e) Proponer, estudiar y evaluar las medidas de fomento de la actividad comercial que hayan de ser aprobadas por la Administración de la Comunidad Autónoma.
- f) Cualquier otra que le atribuyan las normas de rango legal o reglamentario.

3. La adscripción orgánica, la composición y el régimen de funcionamiento del Consejo Castellano y Leonés de Comercio, serán determinados reglamentariamente, garantizándose, en todo caso, la representación de los agentes económicos y sociales así como de las Administraciones territoriales de Castilla y León¹.

TÍTULO II

Del equipamiento comercial

CAPÍTULO PRIMERO

Objeto y elementos constitutivos de la ordenación del equipamiento comercial

Artículo 14. *Objeto*

1. El presente Título tiene por objeto establecer las directrices necesarias para el adecuado desarrollo del equipamiento comercial de los municipios de Castilla y León,

¹ Apart.2.c y d suprimidos por el DLey 3/2009, de 23 diciembre 2009.

constituido por la dotación de establecimientos comerciales tanto de carácter individual como colectivo, así como el régimen jurídico de autorización administrativa para la implantación de los grandes establecimientos comerciales que ejerzan una actividad de comercio minorista capaces de producir efectos relevantes, con incidencia supramunicipal, sobre la sostenibilidad del desarrollo urbano, rural y medio ambiental con el fin de salvaguardar las siguientes razones imperiosas de interés general: la protección del medioambiente y del entorno urbano, la ordenación del territorio y la conservación del patrimonio histórico y artístico, así como, en su caso, la protección de los derechos de los consumidores y destinatarios de los servicios.

2. Con carácter general, la implantación de los establecimientos comerciales que no tengan la consideración de grandes establecimientos no requerirá autorización administrativa de carácter comercial.

Artículo 15. *Elementos de la ordenación del equipamiento comercial*

1. La ordenación del equipamiento comercial se llevará a cabo teniendo en cuenta la adecuada y equilibrada integración de los establecimientos comerciales en el territorio, atendiendo a los efectos que su implantación y desarrollo puede producir a la luz de las razones imperiosas de interés general señaladas en el artículo anterior.

2. Para ello se establecen en el presente título las definiciones, directrices, y criterios de valoración para la ordenación de nuestro equipamiento comercial, así como el procedimiento de la licencia comercial previa de los grandes establecimientos comerciales.

3. A los efectos de lograr la adecuada y equilibrada integración territorial de los establecimientos comerciales exigida en el apartado primero del presente artículo, se utilizarán los instrumentos que la legislación de ordenación del territorio de Castilla y León tiene previstos para ordenar y regular actividades sectoriales y los mecanismos que la normativa urbanística de Castilla y León contemple a los efectos de conformar los criterios aplicables a la planificación urbanística relacionados con el sector comercial.

Artículo 16. *Concepto de establecimiento comercial*

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales y las construcciones de carácter fijo y permanente destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma continuada o en días o temporadas determinados.

Quedan incluidos en la definición anterior, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad

señalada en la misma, siempre que tengan el carácter de inmuebles de acuerdo con el art. 334 del Código Civil.

2. Los establecimientos comerciales pueden ser de carácter individual o colectivo. Son establecimientos comerciales de carácter colectivo los integrados por un conjunto de establecimientos comerciales individuales o de puntos de venta diferenciados, situados en uno o varios edificios compartiendo imagen y elementos o servicios comunes y que han sido proyectados conjuntamente con independencia de que las respectivas actividades comerciales se realicen de forma empresarialmente independiente.

CAPÍTULO II

Régimen administrativo de los establecimientos comerciales

Artículo 17. *Concepto de gran establecimiento comercial*

1. Tienen la consideración de grandes establecimientos comerciales los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

2. Aquellos establecimientos comerciales que dediquen esencialmente su superficie comercial a la venta de materiales de construcción, maquinaria industrial, especies vegetales en viveros, vehículos y muebles, tendrán asimismo la consideración de grandes establecimientos comerciales de acuerdo con su superficie de venta ponderada en la forma establecida en el art. 19 cuando superen los límites señalados en el párrafo anterior.

Artículo 18. *Clasificación de los grandes establecimientos comerciales individuales*

A los efectos de la adecuada integración territorial y urbanística de los establecimientos comerciales individuales prevista en la presente norma, éstos se clasificarán, de acuerdo con su actividad y en función de su oferta, en:

a) Establecimientos especializados en bienes de consumo cotidiano.

Se define como tal aquel que presenta una superficie de venta al público superior al 50% destinada a la venta de productos de alimentación, droguería y perfumería.

b) Establecimientos especializados en equipamiento de la persona y del hogar.

Se define como tal aquel que presenta una superficie de venta al público superior al 50% destinada a la venta de productos del textil, cuero, calzado, complementos, deporte, ju-

guetes, bricolaje, ferretería, decoración, jardinería, electrodomésticos, electrónica, soportes audiovisuales e informática, así como todo establecimiento que se dedique a la venta de otros productos no reflejados en este artículo.

Artículo 19. *Concepto de superficie de venta al público*

1. Se considerará superficie de venta al público aquella a la que el público puede acceder para realizar actividades comerciales, incluyendo los vestíbulos, los espacios cubiertos o descubiertos ocupados por los artículos puestos a la venta, los escaparates internos y externos, trasmostradores, probadores y líneas de caja.

Dicho concepto incluirá, en los términos establecidos en el apartado anterior, los espacios ocupados por todas las actividades empresariales que sean accesibles al público y cuya titularidad pertenezca al que ejerce la actividad comercial principal del establecimiento.

2. La superficie de venta al público total de un establecimiento comercial colectivo será la suma de las diferentes superficies de venta al público de los establecimientos comerciales individuales que lo componen. A estos efectos, la superficie de venta al público de un establecimiento individual integrado en un colectivo se medirá desde el acceso al público de cada uno de ellos.

3. Para obtener la superficie de venta al público computable de aquellos establecimientos comerciales que requieran grandes espacios para su venta y que se recogen en el apartado segundo del art. 17, se multiplicará su superficie de venta al público por un índice corrector de 0,30.

Artículo 20. *Licencia comercial de gran establecimiento comercial*

1. La implantación de grandes establecimientos comerciales requiere, por su incidencia supramunicipal y atendiendo a las razones imperiosas de interés general establecidas en el art. 14 de la presente Ley, la concesión de licencia comercial de gran establecimiento comercial por la Consejería competente en materia de comercio, previa tramitación del procedimiento regulado en la presente Ley.

A estos efectos se entiende por implantación la apertura y ampliación del gran establecimiento comercial.

2. En el momento de presentación de la solicitud de licencia, la implantación de un gran establecimiento comercial deberá estar amparada por un instrumento de planeamiento urbanístico habilitante de acuerdo con la normativa urbanística de Castilla y León, estando prohibida su implantación en terrenos clasificados como rústicos.

En todo caso, el proyecto del establecimiento, objeto de la solicitud de licencia comercial, deberá cumplir las determinaciones que la normativa urbanística de Castilla y León establezca para el instrumento de planeamiento urbanístico habilitante.

3. Con carácter previo a la concesión de las correspondientes licencias municipales para el ejercicio de la actividad comercial bajo el formato de un gran establecimiento comercial, será necesario disponer de la preceptiva licencia comercial. Las licencias municipales que se otorguen, en su caso, deberán respetar las características generales del proyecto y no podrán superar los metros cuadrados autorizados de superficie de venta al público contenidos en la licencia comercial.

4. La licencia comercial es exigible en los siguientes supuestos:

- a) En la apertura de grandes establecimientos comerciales, supuesto que incluirá el traslado de los mismos.
- b) En la ampliación de un establecimiento comercial cuando implique que su superficie de venta final supere los 2.500 m².
- c) En las ampliaciones de los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, cuando supongan al menos el 25% de la superficie total de venta al público del establecimiento o cuando, sin superar el citado porcentaje, impliquen una obra nueva que suponga un aumento de la superficie construida del establecimiento.

Las ampliaciones no contempladas en el párrafo anterior deberán ser comunicadas por el titular del gran establecimiento comercial a la Consejería competente en materia de comercio en el plazo de los tres meses siguientes a la concesión de la licencia de obras. A este respecto, no podrán realizarse en el plazo de 2 años ampliaciones sucesivas inferiores al 25% que impliquen la superación del citado porcentaje, lo que deberá tenerse en cuenta al concederse las correspondientes licencias municipales. A los efectos del cómputo del plazo de los dos años, se considerará que la ampliación se realiza en el momento de expedición de la correspondiente licencia de obras.

Se considerará en todo caso como ampliación de la superficie de venta al público sujeta a licencia comercial, aquellos supuestos en que los establecimientos comerciales definidos en el art. 17.2 dejen de comercializar los productos que hayan justificado la ponderación de su superficie de venta y, en consecuencia, pasen a considerarse grandes establecimientos comerciales.

5. La apertura o ampliación de un gran establecimiento comercial individual que se integre en un establecimiento comercial colectivo no requerirá licencia comercial. En el plazo de un mes desde la apertura o ampliación, el titular de la actividad comercial que se ejerza en el gran establecimiento comercial individual debe comunicar dicha circunstancia a la Consejería competente en materia de comercio.

6. La transmisión de un gran establecimiento comercial, individual o colectivo, requerirá la comunicación de la misma por parte de su nuevo titular a la Consejería competente en materia de comercio en el plazo de tres meses desde su perfeccionamiento.

7. Los mercados municipales, considerados como establecimientos comerciales colectivos, no requerirán obtener la licencia comercial aún cuando superen los límites señalados en el art. 17, ni tampoco la requerirán los grandes establecimientos comerciales individuales en ellos integrados. En el plazo de un mes desde la apertura o ampliación, el titular de la actividad comercial que se ejerza en un gran establecimiento comercial individual que se ubique en su interior debe comunicar dicha circunstancia a la Consejería competente en materia de comercio.

Artículo 21. *Solicitud de la licencia comercial*

1. La licencia comercial deberá solicitarse expresamente ante el órgano competente para su concesión, bien por el titular de la actividad comercial que la pretenda ejercer bajo el formato de un gran establecimiento comercial de carácter individual, o por su promotor en el caso de los establecimientos comerciales de carácter colectivo.

2. A la solicitud de licencia comercial se acompañará la siguiente documentación:

- a) Identificación del solicitante de la licencia, así como declaración responsable de la representación que ostente, en su caso.
- b) Disponibilidad de los terrenos o de la edificación sobre los que se pretenda implantar el establecimiento, que se autorice mediante la licencia comercial, o declaración responsable sobre la misma.
- c) El proyecto del establecimiento, que deberá contener, al menos:
 - I) La descripción del establecimiento sujeto a licencia, haciendo constar tanto la superficie construida total como la superficie de venta al público, tal y como se define en la presente norma, así como la destinada a los diferentes usos, mediante memoria y planos con una definición de, al menos, un anteproyecto técnico.

Tanto en los supuestos de establecimiento comercial individual como colectivo, cuando el proyecto conlleve una modificación de su superficie de venta, se aportarán, además, los planos que describan las superficies anteriormente mencionadas del último proyecto de ejecución por el que obtuvo la licencia de obras.

II) Número de plazas destinadas a aparcamiento público.

III) Plano de localización geográfica en el término municipal en el que se sitúe el establecimiento sujeto a licencia.

d) Respecto del instrumento de planeamiento urbanístico:

El solicitante deberá aportar certificación urbanística que acredite que se cumplen las condiciones necesarias para la implantación del gran establecimiento comercial de acuerdo con la normativa aplicable, emitida por la autoridad urbanística competente, o bien aportar copia del instrumento de planeamiento urbanístico habilitante, en su caso, en la fase de aprobación más avanzada en la que se encuentre, que será al menos la de su aprobación provisional. Si dicho instrumento urbanístico estuviera aprobado definitivamente, bastará con que el interesado haga constar el archivo, base de datos o fondo documental donde aparece.

Si el instrumento urbanístico requiere evaluación de impacto ambiental según se refleja en las legislaciones ambiental y urbanística de Castilla y León, se deberá aportar la Declaración de Impacto Ambiental correspondiente. Del mismo modo, si se trata de una modificación del planeamiento general que necesite Dictamen medioambiental de evaluación estratégica previa de acuerdo con la legislación urbanística vigente, se deberá aportar dicho documento.

e) El solicitante deberá aportar un informe, suscrito por profesionales independientes no vinculados laboralmente al solicitante, del cumplimiento de los criterios que son necesarios de acuerdo con las correspondientes normativas sectoriales, para garantizar la correcta implantación del proyecto objeto de la solicitud, haciendo referencia a los criterios establecidos en el art. 24 e incidiendo de manera especial en la movilidad generada y en la adecuada accesibilidad futura rodada y peatonal del proyecto objeto de la solicitud, así como en su influencia sobre el tráfico preexistente y previsible.

f) La acreditación del pago de la tasa a la que se sujeta la tramitación de las licencias comerciales.

3. La acreditación de los datos contenidos en las declaraciones responsables aportadas por el solicitante será requerida antes de formular la correspondiente propuesta de reso-

lución y, en todo caso, con carácter previo a la resolución que ponga fin al procedimiento.

4. Si la solicitud no reúne los requisitos señalados en el apartado 2, se requerirá al interesado para que en el plazo de diez días subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos, con indicación de que si así no lo hiciera se le tendrá por desistido de su petición y por terminado el procedimiento, previa resolución dictada en los términos previstos en el art. 42 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 22. Procedimiento

1. Una vez presentada toda la documentación referida en el artículo anterior, la Consejería competente en materia de comercio declarará completo el expediente, comunicando esta circunstancia al solicitante junto con el plazo máximo para la resolución del procedimiento y el sentido estimatorio o desestimatorio del silencio administrativo.

2. Practicada la comunicación, se dará audiencia por un plazo de 15 días a los Ayuntamientos limítrofes a aquel en cuyo término municipal se ubique el proyecto objeto de la solicitud y, paralelamente, se abrirá un trámite de información pública mediante la inserción del correspondiente anuncio en el “Boletín Oficial de Castilla y León”, en el que se indicará claramente el objeto de la misma, la duración, así como el lugar y horarios dispuestos para la consulta.

En dicho período de información pública, que tendrá una duración de 15 días, se podrá acceder a la siguiente documentación:

- La solicitud de licencia comercial.
- La descripción del proyecto del establecimiento de acuerdo con el apartado 2 c) del art. 21.
- El certificado sobre la existencia de planeamiento habilitante o el instrumento de planeamiento urbanístico.

3. Efectuados los trámites anteriores, la Consejería competente en materia de comercio solicitará un informe al Ayuntamiento en cuyo término municipal se ubique el proyecto objeto de la solicitud que deberá motivarse en los criterios que se señalan en el art. 24.

En el caso de que el Ayuntamiento no remitiera el citado informe en el plazo de un mes desde su petición, éste se entenderá favorable.

4. Paralelamente y a la vista de la documentación obrante en el expediente, se solicitarán informes a las Consejerías competentes en materia de ordenación del territorio, medio ambiente, carreteras y urbanismo al objeto de que emitan en

el plazo de dos meses los correspondientes informes en atención a las materias que tengan atribuidas y de acuerdo con los criterios recogidos en el art. 24.

Si alguno de los informes solicitados no se emitiese en plazo, se entenderá favorable.

5. Asimismo y cuando se estime pertinente, podrán solicitarse todos aquellos informes que se consideren convenientes para la resolución del procedimiento de la licencia comercial.

6. Para su conocimiento, y a los efectos previstos en el apartado siguiente, se dará traslado al interesado de todos los informes generados en este procedimiento.

7. El plazo máximo para la notificación de la resolución del procedimiento de concesión de licencia comercial será de 6 meses, contados desde el día en que haya tenido entrada toda la documentación que se señala en el art. 21 en el órgano competente para su tramitación. Transcurrido dicho plazo sin haberse notificado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de licencia comercial. No obstante, ésta se entenderá desestimada por silencio administrativo, dadas las razones imperiosas de interés general previstas en el art. 14, cuando alguno de los informes preceptivos contemplados en los apartados 3 y 4 del presente artículo no se hubiese solicitado o, solicitado, fuese desfavorable.

Artículo 23. Resolución

1. El órgano competente para resolver el procedimiento de la licencia comercial es el titular de la Consejería competente en materia de comercio.

La resolución pondrá fin a la vía administrativa, y en caso de concesión de licencia, vinculará su disfrute al cumplimiento de las condiciones que expresamente se establezcan en la misma. Asimismo tendrá carácter vinculante para las posteriores licencias municipales necesarias en cuanto a las características generales del proyecto, no pudiendo superar los metros cuadrados de superficie de venta autorizados en la licencia comercial.

2. La licencia comercial tendrá carácter indefinido. No obstante, caducará en los plazos y supuestos siguientes:

- a) Cuando transcurridos dos años, contados a partir de la fecha de la notificación de la concesión de la licencia comercial, su titular no hubiese obtenido las oportunas licencias municipales ambiental y de obras.
- b) Cuando transcurridos dos años a contar desde la obtención de las licencias descritas en la letra anterior, no tenga lugar el comienzo efectivo del ejercicio de la actividad comercial.

Artículo 24. *Criterios para la concesión de la licencia comercial*

En la tramitación de la licencia comercial solicitada se deberá tener en cuenta si el proyecto presentado se adecua a lo previsto en el presente Título, y en especial a los siguientes criterios basados en las razones imperiosas de interés general previstas en el art. 14 de la presente Ley:

- La integración del proyecto en el entorno urbano, preferentemente en la trama urbana, teniendo en cuenta la posible interacción con el resto de construcciones edificadas o previsibles, y la adecuación de sus accesos y aparcamientos a la movilidad rodada y peatonal que genere.

- El impacto del proyecto en el medio ambiente teniendo en cuenta por un lado la necesidad de una gestión medioambiental adecuada del establecimiento, y por otro el respeto y la integración en el espacio preexistente al funcionamiento del establecimiento objeto del proyecto, incidiendo especialmente en la salvaguarda del paisaje y el respeto, en su caso, a los parajes tradicionales valiosos del entorno.

- La incidencia del proyecto sobre la red viaria de la zona y los sistemas de transporte de viajeros, haciendo especial hincapié en la adecuación de los flujos de tráfico a los niveles óptimos de utilización de todas las vías de comunicación de las que se sirva.

- La adecuada integración territorial del proyecto, resolviéndose con eficacia las tensiones territoriales que puedan producirse en los servicios e infraestructuras de los que se sirvan.

- La repercusión que el proyecto suponga en los servicios recibidos por los consumidores en la zona afectada. En este sentido, se considerará favorablemente el sometimiento de la actividad comercial del establecimiento proyectado a cualquier sistema de resolución extrajudicial de conflictos, en particular al sistema arbitral de consumo.

CAPÍTULO III

Tasa aplicable a la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales y establecimientos comerciales de descuento duro

Artículo 25. *Tasa por la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales y establecimientos comerciales de descuento duro*

1. Hecho imponible. Constituye el hecho imponible de la tasa la tramitación de la solicitud de licencia comercial específica para la instalación de grandes establecimientos comerciales y la licencia para la instalación de establecimientos

comerciales de descuento duro en todos los casos en los que éstas sean necesarias.

2. Sujeto pasivo. Son sujetos pasivos de la tasa las personas naturales o jurídicas que soliciten la concesión de la licencia.

3. Base imponible. Constituye la base imponible de la tasa, la superficie de venta al público de los establecimientos a los que se refiere el art. 17 y 27 de la presente Ley.

4. Devengo. La tasa se devengará cuando se inicien las correspondientes actuaciones administrativas. No obstante, su pago se exigirá por anticipado en el momento en que se formule la solicitud.

5. Cuota. La cuota de la tasa se obtendrá aplicando el tipo de gravamen de 3 euros por metro cuadrado de superficie de venta al público a la base imponible.

TÍTULO III De las actividades comerciales de promoción de ventas

CAPÍTULO PRIMERO Normas generales

Artículo 29. *Concepto*

1. Las actividades comerciales de promoción de ventas son aquellas que ofrecen al comprador condiciones más ventajosas en los productos que habitualmente caracterizan la oferta comercial de los mismos.

2. A los efectos de esta Ley se consideran actividades comerciales de promoción de ventas: las ventas en rebajas, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio, las ventas en oferta y la oferta directa de fabricante o mayorista.

3. Toda venta promocional que, aun anunciándose con distinta denominación, reúna las características de cualquiera de las modalidades previstas en esta Ley, se entenderá asimilada a la misma y quedará sujeta a su regulación específica.

4. Reglamentariamente se desarrollarán las condiciones y requisitos aplicables a las distintas actividades comerciales de promoción de ventas.

Artículo 30. *Requisitos generales*

Las actividades promocionales de ventas deberán ajustarse a los siguientes requisitos:

- a) El comerciante habrá de procurar información clara, veraz y suficiente sobre el contenido y las condiciones de sus actividades promocionales, expresando como mínimo el período de vigencia de la promoción y el tipo de promoción que se realiza.
- b) Cuando las actividades promocionales no alcancen, al menos, a la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.
- c) Los productos ofertados en las actividades promocionales deberán tener las mismas características, salvo lo establecido para los saldos, y someterse a las mismas condiciones contractuales que las existentes con anterioridad al período de vigencia de la actividad promocional. En el caso de que se oferten productos a precio normal y reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados o señalados, de forma que no pueda existir error entre los que son objeto de un precio reducido y los que no.
- d) Siempre que se oferten productos a precio reducido, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior o habitual junto con el precio reducido, salvo que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez. Se entenderá por precio anterior, el que hubiera sido aplicado sobre productos idénticos durante un período continuado, en los plazos que se establezcan reglamentariamente.

Cuando se aplique la misma reducción porcentual a un conjunto de artículos, podrá realizarse con el anuncio genérico de la misma sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado.

- e) El comerciante estará obligado a admitir los mismos medios de pago que acepta habitualmente en el desarrollo de su actividad comercial.

Artículo 31. *Prohibición de las ventas en cadena o en pirámide*

Se prohíbe cualquier tipo de venta que consista en ofrecer a los consumidores productos o servicios, condicionando las ventajas prometidas al hecho de que el consumidor a quien se dirige la oferta consiga directa o indirectamente, para el vendedor o para un tercero, otros clientes o un volumen de venta determinado.

CAPÍTULO II

Régimen específico aplicable a las distintas clases de actividades comerciales de promoción de ventas

Artículo 32. *Ventas en rebajas*

1. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se oferten a un precio inferior al fijado antes de la citada venta, dentro del mismo establecimiento dedicado a la actividad comercial, durante un período determinado.

2. La Junta de Castilla y León determinará los períodos de rebajas, que deberán realizarse en dos temporadas anuales, una al comienzo del año y la otra durante el período estival.

3. En estos períodos, la duración de cada temporada de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses de forma continuada. En todo caso, las fechas elegidas como inicio y fin de la venta en rebajas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en un lugar visible al público.

4. Queda prohibida la venta en rebaja de aquellos artículos deteriorados, adquiridos o fabricados expresamente para tal fin.

5. Los artículos ofrecidos en rebajas deberán haber estado incluidos durante, al menos, el plazo de un mes en la oferta habitual del establecimiento y además no haber sido objeto de otro tipo de promoción.

Artículo 33. *Ventas de saldos*

1. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, se entiende por venta de saldos la que afecte a productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfectos, desuso u obsolescencia de los mismos.

3. No podrán ser objeto de saldo aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y no hayan estado en poder del comerciante al menos en los seis meses anteriores al comienzo de este tipo de promoción, excepción hecha de los establecimientos dedicados específicamente al referido sistema de venta².

² Apart. 2 suprimido por art. 4 D Ley 3/2009, de 23 diciembre 2009.

Artículo 34. *Ventas en liquidación*

1. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, se entiende por liquidaciones la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esa denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél, en alguno de los casos siguientes:

- a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b) Cambio de rama de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

2. Las ventas en liquidación se deberán realizar en el mismo establecimiento comercial o locales afectados donde los productos hayan sido habitualmente objeto de venta, salvo en los casos de fuerza mayor, de resolución judicial o administrativa que lo impida o cuando las causas que originen dicha venta así lo exijan, y se limitará a los artículos que formen parte de las existencias del establecimiento.

3. La liquidación en los supuestos de fuerza mayor sólo será posible cuando obstaculice el desarrollo normal del negocio y la liquidación motivada por la realización de obras de importancia, cuando las mismas requieran el cierre del local.

4. En el supuesto de que un empresario sea titular de varios establecimientos comerciales el cese total o parcial de la actividad de comercio deberá ser de todos ellos. El cierre total o parcial de un solo punto de venta no tendrá la consideración de cese total o parcial, sino de cambio de local.

5. La duración máxima de la venta en liquidación será de tres meses, salvo en el caso de cesación total de la actividad, que será de un año.

6. La venta en liquidación deberá ser comunicada a los servicios periféricos de la Consejería competente en materia de comercio en la provincia en que esté ubicado el establecimiento que realice este tipo de venta con una antelación de al menos siete días a su inicio. En esta comunicación se deberá indicar además de la fecha de inicio, la causa que motiva la venta en liquidación, los bienes a los que afecta y la fecha de su finalización.

Artículo 35. *Ventas con obsequio*

1. Se consideran ventas con obsequio la oferta de productos o servicios, bien de forma gratuita o con precios reducidos, con la finalidad de promocionar las ventas, bien de manera automática o participando en un sorteo o concurso.

2. Reglamentariamente podrán establecerse los requisitos de las ventas con obsequio, y que al menos deberán contemplar los siguientes:

- a) Durante el período de duración de la venta con obsequio no podrá variarse ni el precio ni la calidad del producto.
- b) El número de existencias con las que debe contar el comerciante para afrontar la entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltorio del producto de que se trate o, en su defecto, estar debidamente divulgadas.
- c) La comunicación a una o más personas de que han sido agraciadas con un premio o la promesa de entrega de un obsequio no condicionada a la adquisición de un producto o servicio, impedirá que el comerciante pueda exigir la adquisición de un producto o servicio como condición para la entrega del obsequio.

3. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador en el momento de la compra o bien en un plazo máximo de dos meses, a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos. Cuando el ofrecimiento se haya realizado en los envases de los productos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

4. En el caso de que los obsequios ofrecidos formen parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualquiera de aquellos por otro distinto, a no ser que en la oferta pública del incentivo se haya establecido otro procedimiento para obtener las diferentes piezas de la colección.

5. No podrán ofrecerse conjuntamente dos o más artículos a menos que tengan relación funcional, se vendan comúnmente en cantidades superiores a un determinado mínimo o puedan venderse por separado al precio habitual.

Artículo 36. *Ventas en oferta*

1. Se entiende por venta en oferta aquella que tiene por finalidad dar a conocer un nuevo producto o servicio, o conseguir el aumento de la venta de los existentes, o el desarrollo de uno o varios establecimientos mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos en los que concurra alguna ventaja o incentivo.

2. La duración mínima de cada venta en oferta será de una semana, con excepción de los productos perecederos, y como máximo de dos meses.

3. Se prohíbe la realización de cualquier tipo de venta en oferta que no disponga de existencias suficientes para afrontar la demanda.

4. Reglamentariamente se determinarán las condiciones con que ha de realizarse la venta en oferta, y en particular los tipos de ventajas e incentivos que las caracterizan.

Artículo 37. *Venta directa realizada por fabricante o mayorista*

1. Se entenderá que existe una venta directa cuando un fabricante o mayorista ofrezca sus productos al consumidor final.

2. La venta no podrá realizarse en el recinto fabril o almacén, sino que se deberá realizar en un establecimiento comercial específicamente habilitado para tal fin.

3. Queda prohibido que, en la oferta al público de mercancías de cualquier clase, se invoque por el vendedor su condición de fabricante o mayorista, a menos que reúna las circunstancias siguientes:

- a) Que, en el primer caso, fabrique la totalidad de los productos puestos a la venta y, en segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas.
- b) Que los precios ofertados no sean inferiores que los que aplican a los comerciantes.

TÍTULO IV De las ventas especiales

CAPÍTULO PRIMERO Generalidades

Artículo 38. *Modalidades*

1. Se consideran ventas especiales a efectos de la presente Ley las ventas a distancia, las ventas ambulantes o no sedentarias, las ventas automáticas, las ventas domiciliarias y las ventas en pública subasta.

4. En todo lo no regulado en el presente Título, se estará a lo dispuesto en la legislación estatal reguladora del comercio minorista³.

CAPÍTULO II

Ventas a distancia

Artículo 39. *Concepto*

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación del vendedor y la aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza.

2. Estarán sujetas a lo previsto en esta Ley, las empresas de ventas a distancia cuyas propuestas de contratación se difundan por medios de comunicación que sólo alcancen el territorio de Castilla y León o cuyo titular ejerza esta actividad desde la Comunidad de Castilla y León. En ambos supuestos, el inicio de la actividad deberá comunicarse, dentro de los tres meses siguientes al mismo, al Registro de Ventas a distancia de la Consejería competente en materia de comercio.

Artículo 40. *Requisitos*

1. El empresario podrá elegir cualquier medio de comunicación a distancia para difundir sus propuestas de contratación.

2. Reglamentariamente se determinarán los datos que deben contener todas las ofertas de venta a distancia, y que al menos serán los siguientes:

- a) La identidad del oferente y domicilio de la empresa.
- b) El producto o servicio que se ofrezca, con una descripción sobre su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso que facilite su identificación.
- c) El precio total a pagar, separando el importe de los gastos de envío, si éstos van a cargo del consumidor, y especificando el sistema de reembolso.
- d) El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto o servicio objeto de la transacción desde el momento de la recepción del encargo.
- e) La fijación del derecho de desistimiento en los términos previstos en la legislación estatal reguladora del comercio minorista para este tipo de ventas.

³ Apart. 2 y 3 suprimidos por art. 4 DLey 3/2009, de 23 diciembre 2009.

- f) El sistema de devolución, con la información de que, en caso de disconformidad con el envío, los gastos correspondientes irán a cargo del comerciante, antes de haber transcurrido el periodo de reflexión.

CAPÍTULO III

Venta automática

Artículo 41. *Concepto*

1. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista es venta automática la actividad comercial minorista en la cual se pone a disposición del consumidor el producto o servicio para que éste lo adquiriera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

2. Estarán sujetas a lo previsto en esta Ley, las ventas automáticas realizadas a través de máquinas instaladas en el territorio de Castilla y León.

Artículo 42. *Requisitos*

1. Las máquinas para la venta automática deberán llevar el marcado CE obligatorio. Asimismo los distintos modelos de máquinas para la venta automática deberán cumplir la normativa técnica que les es de aplicación.

2. Reglamentariamente se determinará la información que debe acompañar a este tipo de venta, y que al menos debe respetar las siguientes indicaciones:

- a) La identidad del oferente y los medios a través de los cuales se pueda solicitar información, así como una dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones.
- b) El producto o servicio que se ofrezca.
- c) El precio total a pagar.
- d) La indicación de si la máquina realiza o no cambio de moneda, así como el tipo de moneda fraccionaria con la que funciona.
- e) Exponer claramente las instrucciones para la obtención del producto.

3. Todas las máquinas de venta deberán permitir la recuperación automática de importe introducido en el caso de no facilitarse el artículo solicitado.

4. No se podrá comercializar productos alimenticios que no estén envasados y etiquetados conforme a la normativa aplicable sobre la materia y cuyas condiciones de conservación no sean las indicadas.

Artículo 43. Responsabilidad

De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, en el caso de que las máquinas de venta estén instaladas en un local destinado al desarrollo de una empresa o actividad privada, el titular de la misma responderá solidariamente con el de la propia máquina frente al comprador del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la venta automática.

CAPÍTULO IV Venta a domicilio

Artículo 44. Concepto

1. Se considera venta a domicilio aquella en la que la oferta de bienes y productos se produce en domicilios privados, lugares de ocio o reunión, centros de trabajo y similares que no sean el establecimiento del vendedor.

2. Estarán sujetas a lo previsto en la presente Ley las ventas a domicilio que se realicen en el territorio de Castilla y León.

3. Reglamentariamente se determinarán los requisitos de la publicidad de este tipo de venta, que deberá ser entregada al consumidor, y que al menos incluirá los siguientes:

- a) La identidad del oferente.
- b) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- c) El precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

4. No se consideran comprendidos en el concepto de venta domiciliaria las entregas a domicilio de mercancías adquiridas por cualquier otro tipo de venta.

5. No podrán ser objeto de ventas a domicilio aquellos productos o bienes cuya normativa reguladora prohíba expresamente su puesta en el mercado mediante este sistema de venta, especialmente los alimentos y aquellos que, por su forma de presentación durante una venta a domicilio, no cumplan las normas técnico-sanitarias o de seguridad que les sean aplicables.

6. El vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que lo ampara de disponer de un periodo de reflexión de al menos siete días, durante el cual puede decidir la devolución del producto de que se trate, y recibir las cantidades que haya entregado, excepto en el caso de productos perecederos.

7. Las empresas de venta a domicilio deberán tener a disposición de la autoridad administrativa una relación actualizada del personal que intervenga en este tipo de venta.

CAPÍTULO V

Venta ambulante o no sedentaria

Artículo 45. *Concepto*

De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados, en instalaciones desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda. En todo caso, la venta no sedentaria únicamente podrá llevarse a cabo en mercados fijos, periódicos u ocasionales, así como en lugares instalados en la vía pública para productos de naturaleza estacional.

Artículo 46. *Autorización*

En el territorio de Castilla y León, corresponderá a los Ayuntamientos otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante en sus respectivos términos municipales de acuerdo con sus normas específicas y las contenidas en la legislación vigente, así como establecer los Reglamentos u Ordenanzas reguladoras de esta actividad comercial.

No obstante lo anterior y puesto que el número de autorizaciones disponibles es limitado debido a la escasez de suelo público habilitado a tal efecto, la duración de las mismas no podrá ser por tiempo indefinido, debiendo permitir, en todo caso, la amortización de las inversiones y una remuneración equitativa de los capitales invertidos.

El procedimiento para la selección entre los posibles candidatos habrá de garantizar la transparencia y la imparcialidad y, en concreto, la publicidad adecuada del inicio, desarrollo y fin del proceso.

La autorización que se otorgue no dará lugar a un procedimiento de renovación automática ni conllevará ningún otro tipo de ventaja para el prestador cesante o las personas que estén especialmente vinculadas con él.

Artículo 47. *Regulación de la actividad*

1. Las Ordenanzas municipales de venta ambulante deberán determinar, como mínimo:

- a) Los lugares y periodos en los que puedan desarrollarse las diferentes modalidades de venta ambulante.
- b) Número de puestos o licencias.
- c) Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.
- d) Tasa a pagar por la concesión de la licencia.
- e) Régimen interno de funcionamiento del mercadillo.

f) Previsión del régimen sancionador aplicable.

2. No podrá concederse autorización para el ejercicio de esta modalidad de venta de aquellos productos cuya normativa reguladora lo prohíba.

3. Reglamentariamente se determinarán los requisitos y condiciones aplicables a los distintos tipos de venta ambulante sin perjuicio de las competencias municipales en esta materia.

TÍTULO V

De la inspección y del régimen sancionador

CAPÍTULO PRIMERO

Principios generales

Artículo 48. *Principios generales*

1. Corresponde a las Administraciones Públicas de Castilla y León competentes en materia de comercio interior el ejercicio de las funciones de vigilancia y control que tengan como fin garantizar el cumplimiento de la presente Ley y sus disposiciones de desarrollo.

2. Asimismo las Administraciones Públicas de Castilla y León competentes en materia de comercio interior sancionarán las infracciones a esta Ley, previa instrucción del oportuno procedimiento sancionador, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que pudieran concurrir con las mismas.

3. Serán de aplicación a los procedimientos derivados de infracciones recogidas en la presente Ley, las reglas y principios sancionadores contenidos en la legislación general sobre régimen jurídico de las Administraciones Públicas y del procedimiento administrativo común.

CAPÍTULO II

De la inspección

Artículo 49. *Definición y órganos competentes en materia de inspección*

1. Las Administraciones Públicas de Castilla y León con competencia en materia de comercio interior, en el ejercicio de sus funciones de vigilancia y control, podrán inspeccionar las actividades, instalaciones y establecimientos comerciales, así como los bienes y productos que se comercialicen, para lo que podrán solicitar cuanta información resulte precisa, todo ello sin perjuicio de las actividades de inspección y control

reguladas en otras leyes. En el ejercicio de sus competencias, las Administraciones Públicas de Castilla y León con competencia en materia de comercio interior estarán obligadas a mantener entre sí la adecuada coordinación a fin de garantizar la máxima eficacia en las funciones señaladas en la presente Ley.

2. Los titulares de establecimientos y actividades comerciales, así como sus empleados y representantes, estarán obligados, a facilitar la realización de las labores de inspección previstas en el apartado anterior, y a suministrar todos los datos y la información que sean requeridos.

3. El personal que realice la función inspectora tendrá en el ejercicio de sus funciones la consideración de agente de la autoridad, actuando con la debida independencia y pudiendo solicitar la colaboración de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado y de la policía local.

CAPÍTULO III

Régimen de infracciones y sanciones

Artículo 50. *Definición y clasificación de las infracciones*

1. Constituyen infracciones administrativas en materia de comercio interior, las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ley.

2. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

Artículo 51. *Responsabilidad*

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en la presente Ley corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de las empresas, establecimientos y actividades comerciales de que se trate.

Artículo 52. *Infracciones leves*

Se consideran infracciones leves:

- a) No exhibir la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentaria establecida.
- b) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales o no hacerlo en un lugar visible del establecimiento.
- c) El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley, cuando no esté tipificada como infracción grave o muy grave.
- d) la falta de comunicación de las ventas en liquidación.
- e) Cursar información errónea o claramente insuficiente

cuando ésta haya sido solicitada de conformidad con la normativa de aplicación, salvo que por su carácter esencial, los daños generados o intencionalidad deba considerarse infracción grave.

Artículo 53. *Infracciones graves*

Se consideran infracciones graves:

- a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar información requerida por las autoridades o sus agentes y el personal de las Administraciones Públicas competentes en materia de comercio interior en el ejercicio de las funciones de comprobación y vigilancia, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.
- b) Realizar venta con pérdida, con excepción de los supuestos previstos en el art. 12 de la presente Ley.
- c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
- d) La falta de comunicación de las ampliaciones reguladas en el art. 20.4, así como en los supuestos previstos en el art. 20.5, 6 y 7 de la presente Ley.
- e) El incumplimiento del régimen general de horarios, con excepción de lo considerado infracción leve en esta materia.
- f) La realización de actividades comerciales de promoción de ventas incumpliendo las condiciones y limitaciones que para las mismas se establezcan legal o reglamentariamente.
- g) La realización de ventas especiales incumpliendo las condiciones y limitaciones que para las mismas se establezcan legal o reglamentariamente.
- h) La falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria en los supuestos y plazos recogidos en la legislación estatal reguladora del comercio minorista en lo referido a las adquisiciones de los comerciantes.
- i) El ejercicio de la actividad comercial sin haber obtenido la preceptiva autorización cuando ésta sea preceptiva de acuerdo con la legislación vigente.
- j) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.
- k) Aquellas infracciones que, previstas en la legislación estatal reguladora del comercio minorista, no estén estipuladas en alguno de los tipos recogidos en la presente ley.
- l) La falta de comunicación en las ventas a distancia.

Artículo 54. *Infracciones muy graves*

Se consideran infracciones muy graves:

- a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar información requerida por las autoridades o sus agentes y el personal de las Administraciones Públicas competentes en materia de comercio interior en el ejercicio de las funciones de comprobación y vigilancia cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o de cualquier otra forma de presión.
- b) La comisión de infracciones que, habiéndose calificado como graves, hayan supuesto una facturación superior a 500.000 euros.
- c) El inicio de cualquier tipo de actuaciones para las que resulte preceptiva la licencia comercial sin haberla obtenido, así como el incumplimiento de las condiciones y limitaciones que se establezcan en la licencia comercial correspondiente.
- d) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 55. *Reincidencia*

1. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista, existe reincidencia cuando en el plazo de un año se hayan cometido más de una infracción de la misma naturaleza por parte del mismo sujeto responsable, tal y como se determina su responsabilidad en el art. 51 de esta Ley y así haya sido declarado por resolución administrativa firme.

2. No obstante lo señalado en el apartado anterior, para calificar una infracción como muy grave, sólo se atenderá a la reincidencia anteriormente descrita en infracciones graves, mientras que la reincidencia en infracciones leves sólo determinará que una infracción de este tipo sea calificada como grave cuando se incurra en el cuarto supuesto sancionable.

Artículo 56. *Prescripción de las infracciones*

Las infracciones reguladas en esta Ley prescriben a los tres años las calificadas de muy graves, a los dos años las calificadas de graves y a los seis meses las calificadas de leves.

Artículo 57. *Tipo de sanciones*

A las infracciones señaladas en esta Ley les corresponden las siguientes sanciones:

El apercibimiento.

La multa.

El cierre del establecimiento o la suspensión de la actividad comercial por un plazo no superior a un año.

Artículo 58. *Sanciones aplicables*

Las sanciones aplicables para las infracciones serán las siguientes:

- a) Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de 100 euros hasta 1.000 euros.
- b) Las infracciones graves se sancionarán con multa de 1.001 euros hasta 25.000 euros.
- c) Las infracciones muy graves se sancionarán con multa de 25.001 euros hasta 500.000 euros, y en el supuesto de que hayan significado un grave riesgo para la salud, un grave perjuicio económico o generado una amplia alarma social, el cierre del establecimiento o suspensión de la actividad comercial por un plazo máximo de un año.

Artículo 59. *Procedimiento sancionador y órganos competentes*

El procedimiento sancionador se tramitará en la forma y los plazos reglamentariamente establecidos por la Junta de Castilla y León.

Los órganos y autoridades de la Administración de la Comunidad Autónoma competentes para iniciar, instruir y resolver los procedimientos sancionadores que sean consecuencia de infracciones previstas en la presente Ley se determinarán a través de las correspondientes normas de atribución de funciones.

Artículo 60. *Multas coercitivas*

El órgano competente para sancionar podrá imponer multas coercitivas por cada requerimiento por el que se proceda a compeler al sujeto responsable a no seguir realizando la actividad comercial sancionada en el procedimiento del que la multa coercitiva proviene.

La cuantía de la multa coercitiva tendrá como límite el 10 por 100 de la sanción impuesta en el procedimiento sancionador del que procede para el primer requerimiento realizado, incrementándose la misma en un 10 por 100 en cada uno de los requerimientos que sucesivamente se vayan realizando, en caso de los requerimientos no sean atendidos por el sujeto responsable.

Artículo 61. *Graduación de las sanciones*

1. Las sanciones deberán graduarse en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de dominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causados, el grado de intencionalidad del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, el volumen de la facturación a la que afecta la infracción, la reincidencia y el plazo de tiempo durante el cual se haya cometido la infracción.

2. Cuando el beneficio que resulte de una infracción sea superior a la sanción que corresponda, ésta deberá incrementarse en la cuantía equivalente al beneficio obtenido.

3. Reglamentariamente podrán introducirse especificaciones o graduaciones al cuadro de infracciones o sanciones establecidas en esta Ley, que sin constituir nuevas infracciones y sanciones, ni alterar la naturaleza o límites de las que contempla la Ley, contribuyan a la más correcta identificación de los tipos de infracción o a una más precisa determinación de las sanciones correspondientes.

Artículo 62. *Medidas cautelares*

1. El órgano competente para la incoación del procedimiento sancionador podrá acordar en cualquier momento del procedimiento, mediante resolución motivada y con audiencia previa del interesado, la adopción de las medidas cautelares adecuadas para asegurar la eficacia de la resolución que, en su caso, pudiera recaer, así como cuando concurren circunstancias graves que afecten a la seguridad de las personas o de los bienes, o que supongan un perjuicio grave o de difícil reparación.

Las medidas cautelares podrán consistir en el cierre de establecimientos comerciales o la suspensión de actividades comerciales, así como la inmovilización de mercancías. Tales medidas serán siempre proporcionadas a los objetivos que se pretendan garantizar con su adopción.

2. Podrá acordarse, de forma motivada y previa audiencia del interesado, la paralización de las obras cuando no se haya otorgado la licencia comercial específica regulada en el Título II de esta Ley en los supuestos en los que ésta resulte necesaria.

3. Estas medidas podrán mantenerse durante el tiempo necesario hasta la rectificación de los defectos detectados y como máximo hasta que recaiga resolución que ponga fin a la vía administrativa.

Artículo 63. *Prescripción de las sanciones*

Las sanciones reguladas en esta Ley prescriben a los tres años las calificadas de muy graves, a los dos años las calificadas de graves y a los seis meses las calificadas de leves.

Estos plazos comenzarán a contarse desde el día siguiente a aquel en que adquiera firmeza en vía administrativa la resolución sancionadora.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición Transitoria primera. *Vigencia de normas reglamentarias*

En tanto no se produzca el desarrollo reglamentario previsto en esta Ley, permanecerán vigentes todas aquellas normas reglamentarias que no se opongan a lo establecido en la presente Ley.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Disposición derogatoria única

Se deroga la Ley 2/1996, de 18 de junio, de Equipamientos Comerciales de Castilla y León, así como la Ley 11/1994, de 18 de julio, sobre Infracciones y Sanciones en materia de Horarios Comerciales, y cuantas normas y disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

DISPOSICIONES FINALES

Disposición final primera

Se autoriza a la Junta de Castilla y León a dictar cuantas normas sean necesarias para el desarrollo de la presente Ley.

Disposición final segunda

La presente Ley entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Boletín Oficial de Castilla y León».

