

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

3303 *REAL DECRETO 103/2008, de 1 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia.*

El Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia, se aprobó con el fin de adaptar la regulación del Registro al nuevo marco normativo definido por la sentencia 124/2003, de 19 de junio de 2003, del Tribunal Constitucional y para mejorar su regulación en aspectos tales como la coordinación de la actividad sancionadora de las comunidades autónomas.

El Gobierno de la Generalidad de Cataluña, en su reunión celebrada el día 23 de mayo de 2006, adoptó el acuerdo de dirigir al Gobierno del Estado un requerimiento de incompetencia contra el Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por considerar que el artículo 10 del citado real decreto vulnera la competencia exclusiva de la Comunidad Autónoma de Cataluña en materia de comercio interior y defensa del consumidor y usuario.

El requerimiento de incompetencia se concreta en solicitar del Gobierno que derogue o, subsidiariamente, dé una nueva redacción al artículo 10 del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por considerar que altera el régimen de distribución de competencias al no respetar el principio de territorialidad en el ejercicio de las competencias sancionadoras en materia de consumo.

El artículo 10 del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, que se modifica, establece en el caso de empresas españolas, el domicilio social como punto de conexión a la hora de determinar la comunidad autónoma competente para iniciar un procedimiento sancionador por las infracciones a que se refiere el artículo 65.1.ñ) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

En relación con lo anterior, la comunidad autónoma entiende que corresponde a la Generalidad de Cataluña la potestad sancionadora respecto de las infracciones cometidas en el ámbito de su mercado interior independientemente del domicilio social de la infractora.

El Gobierno de la Nación, en contestación al requerimiento de incompetencia, aclara que el fin de la normativa en materia de infracciones y sanciones de la Ley 7/1996, de 15 de enero, es disciplinar la actividad comercial y no el consumo, si bien tiene en cuenta el principio general de protección de los consumidores y usuarios.

El Gobierno recuerda que, si bien cada comunidad autónoma es competente para sancionar las infracciones cometidas en su territorio dentro de sus competen-

cias materiales, independientemente del domicilio del sancionado, el Estado es el competente para determinar los puntos de conexión en materia de procedimiento sancionador para el caso de infracciones supra-autonómicas.

El Acuerdo adoptado por el Consejo de Ministros, en la reunión celebrada el día 23 de junio de 2006, por el que se da contestación al requerimiento de incompetencia formulado por el Gobierno de la Generalidad de Cataluña, en relación con el artículo 10 del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, acepta dar una nueva redacción al artículo 10 del citado real decreto.

Ocurre que en el momento de la adopción del acuerdo, el artículo 10 diferencia dos tipos de infracciones a la hora de determinar los puntos de conexión, las infracciones del artículo 65.1.a) y las del artículo 65.1.ñ) de la Ley 7/1996, de 15 de enero.

Como quiera que durante la tramitación de este real decreto ha tenido lugar la aprobación del 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 y otras leyes complementarias, que incorpora a su articulado la práctica totalidad del régimen de ventas a distancia, es únicamente necesario referirse a las infracciones del artículo 65.1.a) puesto que las contempladas en el ya derogado 65.1.ñ) están previstas en el actual artículo 49.2 del citado real decreto legislativo.

De esta forma, en el supuesto de las infracciones contempladas en el artículo 65.1.a) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, el domicilio social será el único criterio para determinar el punto de conexión.

Este real decreto se dicta de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 38.2 y 63.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, en los que se prevé la existencia de un Registro de empresas de ventas a distancia de ámbito nacional y se atribuye la competencia sancionadora en materia de comercio interior a las comunidades autónomas.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Industria, Turismo y Comercio, con la aprobación previa de la Ministra de Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 1 de febrero de 2008,

DISPONGO:

Artículo único. *Modificación del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia.*

El artículo 10 del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia queda redactado de la siguiente manera:

«Artículo 10. *Procedimiento sancionador.*

Las infracciones tipificadas en el artículo 65.1.a) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, serán sancionadas por la comunidad autónoma donde radique el domicilio social de la empresa infractora, dentro del marco normativo definido por dicha ley.

En el supuesto de las empresas extranjeras inscritas directamente en el Registro de ventas a distancia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el procedimiento sancionador corresponderá a cualquiera de las comunidades autónomas en las que la empresa ejerciera su actividad.

Con el fin de evitar la apertura de varios procedimientos sancionadores por un mismo hecho, la comunidad autónoma que incoe un procedimiento sancionador a una empresa extranjera, deberá comunicarlo sin dilación alguna, una vez iniciado el procedimiento, al Registro de empresas de ventas a distancia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el cual a su vez lo pondrá en conocimiento del resto de comunidades autónomas donde la empresa viniera operando.»

Disposición final primera. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.13.^a de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 1 de febrero de 2008.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Industria, Turismo y Comercio,
JOAN CLOS I MATHEU

3304 *ORDEN ITC/426/2008, de 13 de febrero, sobre régimen de control de importación de semillas de cáñamo no destinadas a la siembra.*

El Reglamento (CE) n.º 1673/2000 del Consejo, de 27 de julio de 2000, por el que se establece la organización común de mercados en el sector del lino y el cáñamo destinados a la producción de fibras, establece en su artículo 5 el régimen de control del comercio con los terceros países.

Dicho régimen se enmarca dentro del espíritu y finalidad del Reglamento de evitar que los cultivos ilícitos de cáñamo perturben la organización común del mercado del cáñamo destinado a la producción de fibras. El control de las importaciones de cáñamo y de semillas de cáñamo permitirá garantizar que dichos productos ofrezcan determinadas garantías, en particular, en lo relativo al contenido de tetrahidrocannabinol (THC). Además, la importación de semillas de cáñamo no destinadas a la siembra quedará supeditada al establecimiento de un régimen de control basado en un sistema de autorización de los importadores afectados.

En aplicación de lo dispuesto en el apartado 4 del artículo 17 bis del Reglamento (CE) n.º 245/2001, de la Comisión, de 5 de febrero de 2001, que establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n.º 1673/2000

del Consejo, de 27 de julio de 2000, por el que se establece la organización común de mercados en el sector del lino y el cáñamo destinados a la producción de fibras, la Secretaría General de Comercio Exterior, a través de la Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica del Comercio Exterior fue designada ante la Comisión Europea como autoridad competente en España para la realización de los controles a la importación de cáñamo de terceros países y para la expedición de los certificados previstos en dicho artículo.

Por su parte, la Orden PRE/3026/2003, de 30 de octubre, por la que se dictan normas de inspección y control para las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, somete a control en importación a las semillas de cáñamo de las subpartidas arancelarias 1207.99.20 (actualmente 1207.99.15) y 1207.99.91.

En virtud de cuanto precede, dispongo:

Primero. *Requisitos generales.*

1. Las semillas de cáñamo no destinadas a la siembra del código NC 1207.99.91 sólo podrán importarse en España por importadores que hayan sido autorizados a tal efecto por la Secretaría General de Comercio Exterior

2. La obtención de dicha autorización será imprescindible para la expedición del certificado de importación previsto en el apartado 1 del Reglamento (CE) n.º 245/2001, certificado que deberá ser obtenido como requisito previo y necesario para el despacho de importación en aduana.

Segundo. *Solicitud y documentación.*

1. Para obtener la condición de importador autorizado de conformidad con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 17 bis del Reglamento (CE) n.º 245/2001, el interesado deberá presentar la solicitud que figura en el Anexo I de la presente Orden, y acompañarla con la documentación siguiente, dirigida al Secretario General de Comercio Exterior:

a) Memoria descriptiva de las instalaciones del importador, en el caso en que éste realice las operaciones permitidas a que se refiere el apartado 2 del artículo 17 bis del Reglamento (CE) n.º 245/2001 y de las instalaciones de los operadores destinatarios de la mercancía importada que realicen igualmente o en exclusiva tales operaciones sobre dicha mercancía.

b) Informe descriptivo detallado de las operaciones a las que el importador o, en su caso, los operadores destinatarios van a someter a las semillas de cáñamo importadas, con indicación expresa del rendimiento de la materia prima, es decir, de la cantidad de productos final obtenido respecto a la unidad de materia prima, expresado en porcentaje.

c) Compromiso escrito de terceros (operadores destinatarios de la mercancía importada a que se refieren los subapartados anteriores) a facilitar el acceso de los inspectores oficiales actuantes a las instalaciones transformadoras, así como a facilitar la documentación que les sea requerida en el curso de los controles.

d) En el caso de personas jurídicas, copia debidamente autenticada de la escritura social de la empresa importadora, así como de las posibles modificaciones de la misma o de sus estatutos, inscrita en el Registro Mercantil.

2. La Administración podrá requerir en el momento de presentación de las solicitudes o en cualquier momento

I. Disposiciones generales

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA

6232 *LEY 1/2002, de 26 de febrero, del Comercio de Cantabria.*

EL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA

Conózcase que el Parlamento de Cantabria ha aprobado y yo, en nombre de Su Majestad el Rey, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 15.2.º del Estatuto de Autonomía para Cantabria, promulgo la siguiente Ley de Cantabria 1/2002, de 26 de febrero, del Comercio de Cantabria.

PREÁMBULO

El artículo 24.13 del Estatuto de Autonomía para Cantabria, reformado por la Ley Orgánica 11/1998, de 30 de diciembre, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva 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 competencia. Estas competencias debe ejercerlas de acuerdo con las bases y la ordenación de la actuación económica general y la política monetaria del Estado, en los términos de los artículos 38, 131 y en los párrafos 11.ª y 13.ª del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución Española.

Haciendo uso de esta competencia, el Gobierno de Cantabria aprobó el Decreto 12/2000, de 8 de marzo, de Ordenación del Comercio Minorista de la Comunidad Autónoma de Cantabria, el cual, como se desprende de su título, se limitaba a desarrollar la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como su complementaria Ley Orgánica 2/1996, de la misma fecha, teniendo en cuenta la casuística propia del sector comercial de Cantabria, aunque referido, exclusivamente, a aquellas cuestiones con una problemática que requerían una urgente regulación y con una naturaleza provisional «ante la certeza de la tramitación de la oportuna Ley de Comercio», según se indicaba en su exposición de motivos.

El siguiente paso en la regulación específica del comercio en Cantabria lo constituye la presente Ley, en cuya elaboración se han tenido en cuenta los principios generales que inspiran las referidas Leyes estatales, así como las normas liberalizadoras contenidas en el Real Decreto-ley 6/2000, de 23 de junio, de medidas urgentes de intensificación de la competencia en mercados de bienes y servicios, respetando sus preceptos básicos.

Ello no obstante, se ha pretendido atender las necesidades particulares que el comercio de Cantabria pre-

cisa en su regulación, para lo cual se ha tenido en cuenta, particularmente, la experiencia acumulada durante estos años en ejecución de la normativa estatal de comercio.

Consecuentemente, la estructura de la presente Ley coincide básicamente con la de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y, de hecho, recoge literalmente diversos preceptos de la misma, técnica que ha parecido más conveniente para facilitar su comprensión.

La Ley consta de 82 artículos, seis títulos, tres disposiciones adicionales, tres transitorias, una derogatoria y tres finales.

Entrando en el análisis de dicha estructura, en el título I se enuncian los principios generales.

Entre estos principios generales, además de la definición de determinados conceptos básicos, se crea un Registro de Asociaciones de Comerciantes de Cantabria, con el cual se pretende institucionalizar una figura de gran importancia para el desarrollo del sector, como es la de la agrupación de empresarios del comercio.

Asimismo, se definen y regulan los grandes establecimientos comerciales y los establecimientos de descuento duro, estableciendo que, para su apertura, se deberá obtener una licencia comercial específica, e indicando, además, los criterios fundamentales que deberán tenerse en cuenta para la elaboración de una futura ley de estructuras comerciales, con cuya aprobación se dispondrá de un mapa comercial de Cantabria, en el que, definidas las zonas y subzonas de influencia, se delimitarán los eventuales espacios cuya dotación comercial pueda verse mejorada.

El título II de la Ley se refiere a la regulación de los horarios comerciales.

Su redacción, inevitablemente, es reflejo de la normativa básica estatal establecida en el Real Decreto-ley 6/2000, por el que se establece un escalonamiento en el número mínimo de domingos que los establecimientos comerciales podrán abrir al público y que llegará a ser de doce en el año 2004.

Por lo demás, la normativa en materia de horarios contemplada en la Ley mantiene los criterios ya establecidos en el Decreto 12/2000, de 8 de marzo.

El título III trata de las actividades de promoción de venta.

En esta materia, la experiencia adquirida en los últimos años ha permitido introducir cuestiones normativas propias con las que se pretende dar solución a la problemática existente en materia de promociones y rebajas.

Las ventas especiales se contemplan en el título IV.

Este tipo de ventas comprende la venta a distancia, la venta automática, la venta ambulante o no sedentaria, la venta en pública subasta, la venta ocasional y la venta domiciliaria, actividades comerciales que requieren una autorización administrativa específica para su ejercicio.

En la consideración de que, salvo las ventas a distancia, esta categoría de ventas tiene una repercusión

estrictamente local en aplicación del principio de autonomía municipal, la Ley otorga la competencia para la concesión de las correspondientes autorizaciones a los Ayuntamientos de Cantabria, sin perjuicio de establecer unas directrices mínimas que deberán ser observadas por las Administraciones locales en la tramitación de los oportunos expedientes de autorización, destacando, particularmente, las que conciernen a la venta ambulante.

Precisamente este último tipo de actividad comercial ha sido objeto de un cuidadoso tratamiento en la Ley, guiado por el objetivo de dignificar y profesionalizar la venta realizada fuera de un establecimiento comercial permanente, actividad que, en determinadas zonas de Cantabria, viene a cubrir una necesidad de abastecimiento y que, por otro lado, puede complementar la oferta de los establecimientos permanentes compatibilizando los intereses legítimos de las distintas fórmulas comerciales en beneficio de una mayor atracción del comercio urbano.

El título V de la Ley regula la actividad comercial en régimen de franquicia, limitándose, prácticamente, a reproducir la normativa estatal en esta materia y estableciendo el procedimiento de inscripción en el correspondiente Registro.

Finalmente, el título VI trata del régimen de infracciones y sanciones, pudiéndose destacar, al respecto, que se ha establecido un sistema de graduación del importe de las sanciones que no sólo tendrá en cuenta la gravedad de la infracción cometida, sino también el tamaño económico de la empresa infractora.

En cuanto a las disposiciones transitorias, debe destacarse, en la primera, la mención a la futura ley de estructuras comerciales de Cantabria, la cual, como se ha dicho, determinará los parámetros concretos que permitirán decidir sobre la instalación de grandes establecimientos comerciales y establecimientos de descuento duro, estableciendo, en consecuencia, una moratoria en la tramitación de las correspondientes solicitudes hasta la entrada en vigor de dicha ley.

Asimismo, la disposición transitoria segunda establece una serie de plazos para que los Ayuntamientos adapten sus ordenanzas a la presente Ley.

Por último, la presente Ley se ha elaborado oído el Consejo Económico y Social de Cantabria y consultados los representantes del Sector Comercial.

TÍTULO I

Principios generales

CAPÍTULO ÚNICO

Conceptos básicos

Artículo 1. *Objeto.*

La presente Ley tiene por objeto la regulación del comercio interior en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Artículo 2. *Actividad comercial.*

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la que consiste en ofrecer en el mercado toda clase de bienes de uso y consumo.

2. 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 artículo 38 de la Constitución y en el resto de la legislación vigente.

3. Se considera que la actividad comercial tendrá carácter minorista cuando tenga como destinatario al consumidor final.

4. La actividad comercial se entenderá de carácter mayorista cuando tenga como destinatarios a otros empresarios que no sean consumidores finales.

5. En la oferta al público de mercancías de cualquier clase, únicamente podrá invocarse por el vendedor su condición de fabricante o mayorista cuando, en el primer caso, fabrique realmente los productos anunciados y, en el segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas. En ambos casos, además, los precios ofertados deberán ser los mismos que apliquen a comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

6. Cuando la actividad comercial tenga un carácter limitado en el tiempo, deberá indicarse con claridad su duración.

Artículo 3. *Deber de colaboración.*

1. Los empresarios dedicados a la actividad comercial y sus representantes deberán atender y cumplir los requerimientos que la Administración competente y sus agentes les dirijan en el ejercicio de sus funciones de vigilancia, así como suministrar cuanta información les sea requerida en relación con las mismas.

Igualmente, deberán facilitar esta información los órganos de las Administraciones públicas, empresas públicas, organismos oficiales, registros públicos y organizaciones empresariales y profesionales.

2. En el curso de la actuación inspectora, los funcionarios encargados de la inspección de comercio tendrán el carácter de autoridad y podrán acceder directamente a la documentación de las empresas que inspeccionen cuando lo consideren necesario para comprobar el cumplimiento de las prescripciones legales que regulen el ejercicio de la actividad comercial de que se trate, estando obligados a cumplir el deber de sigilo profesional.

Artículo 4. *Registro de Asociaciones de Comerciantes.*

1. Se crea el Registro de asociaciones de comerciantes de Cantabria, en el cual podrán inscribirse las asociaciones sin fines de lucro con domicilio social en Cantabria que agrupen empresas de comercio mayorista o minorista que desarrollen su actividad dentro del ámbito territorial de esta Comunidad Autónoma.

2. La inscripción en dicho Registro, así como en los que corresponda por su propia naturaleza jurídica, será condición imprescindible para que una asociación de comerciantes, según se define en el apartado anterior, pueda optar a una convocatoria de ayudas de la Administración de la Comunidad Autónoma.

3. El Registro de Asociaciones de Comerciantes de Cantabria tendrá carácter público, siendo la inscripción en el mismo voluntaria y gratuita.

Artículo 5. *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.

2. Salvo en las excepciones legalmente contempladas, no se podrá practicar la actividad comercial fuera de los establecimientos comerciales.

Artículo 6. *Grandes establecimientos comerciales.*

1. Tendrá la consideración de gran establecimiento comercial aquel que, destinándose al comercio al por menor de cualquier clase de artículo, dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria, tenga una superficie útil de exposición y venta superior a dos mil

quinientos metros cuadrados, bien desde su apertura, bien cuando la supere por ampliación posterior.

A estos efectos, tendrán la consideración de gran establecimiento comercial tanto los de carácter individual como los de carácter colectivo.

Se entiende por grandes establecimientos comerciales de carácter colectivo aquellos integrados por un conjunto de locales de venta que han sido proyectados conjuntamente, o que están relacionados por elementos comunes cuya utilización comparten, en los que se ejercen actividades de forma empresarial independiente.

Se excluyen de esta consideración los mercados municipales de abastos.

La inclusión de un establecimiento que reúna las condiciones establecidas en el primer párrafo del presente apartado en un gran establecimiento comercial colectivo, no evita su consideración individual como gran establecimiento comercial.

2. A los efectos de esta Ley, tendrá la consideración de superficie útil de exposición y ventas: la totalidad de los espacios donde se exponen las mercancías con carácter habitual y permanente, o destinados a tal fin con carácter eventual o periódico, y a los que puede acceder la clientela para realizar las compras; los espacios internos destinados al tránsito de las personas; la superficie de la zona de cajas; la comprendida entre éstas y las puertas de salida, así como las dedicadas a actividades de prestación de servicios. En los establecimientos comerciales que dispongan de secciones de venta asistida por dependiente, asimismo, se considerará superficie útil de exposición y venta la zona ocupada por las personas vendedoras detrás del mostrador, a la cual no tiene acceso el público.

Artículo 7. *Establecimientos de descuento duro.*

1. A los efectos de esta Ley, tendrán la consideración de establecimientos de descuento duro aquellos que pertenezcan a una misma empresa o grupo de empresas cuyo volumen de ventas, en el ejercicio económico anterior, sea superior a tres mil millones (3.000.000.000) de euros y que, como establecimientos, reúnan, al menos, dos de las siguientes características:

a) Que su superficie de venta sea mayor de quinientos metros cuadrados.

b) Que el porcentaje de referencias con marcas blancas propias o del distribuidor supere el 70 por 100 del conjunto de las comercializadas en el establecimiento.

c) Que el número de referencias en la oferta total del establecimiento sea inferior a mil.

2. La definición contemplada en este artículo se extenderá a los establecimientos dependientes de empresas de distribución comercial, nacionales o internacionales, cuyo capital social esté participado en más de un 25 por 100 por empresas o grupos de empresas en los que concurren las características mencionadas, tomándose los valores señalados a nivel de grupo consolidado.

Artículo 8. *Apertura y cambio de titularidad de grandes establecimientos comerciales y de establecimientos de descuento duro.*

1. La apertura de grandes establecimientos comerciales y de establecimientos de descuento duro requerirá la concesión de una licencia comercial específica, otorgada por la Consejería competente en materia de comercio, previa tramitación del oportuno expediente.

Se considerará, igualmente, sujeta a dicha concesión la ampliación de un establecimiento comercial cuando, como consecuencia de la misma, su superficie útil de exposición y venta supere los dos mil quinientos metros

cuadrados, así como la modificación de la actividad o sector del comercio a que se dedique un gran establecimiento comercial previamente implantado.

No se requerirá la licencia en el caso de grandes establecimientos comerciales de carácter colectivo cuando ninguno de los establecimientos que lo integren tenga la consideración de gran establecimiento comercial, individualmente considerado, ni aquellos proyectos que por primera vez supongan la ampliación o modificación de un gran establecimiento comercial existente, siempre que la superficie de venta en que vaya a verse incrementado el establecimiento no exceda del 15 por 100 de la superficie de venta anterior, debiéndose comunicar, no obstante, a la Consejería competente en materia de comercio, el proyecto correspondiente con un mes de antelación, a efectos de su conocimiento.

Deberán solicitar esta licencia, en todo caso, los segundos y ulteriores proyectos de ampliación o modificación del establecimiento existente.

Asimismo, quedará sometido a la concesión de esta licencia el cambio de titularidad de un gran establecimiento comercial o establecimiento de descuento duro ya establecido.

2. La licencia comercial específica, establecida en el presente artículo, será presentada por los interesados ante los Ayuntamientos como requisito previo a la concesión por éstos de las licencias urbanísticas para la implantación de un gran establecimiento comercial o de un establecimiento de descuento duro tal y como se definen en la presente Ley.

Artículo 9. *Criterios de concesión de la licencia comercial.*

1. Para la resolución de los expedientes de concesión de la licencia comercial establecida en el artículo anterior se ponderará, especialmente, la existencia, o no, de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el nuevo emplazamiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquélla. Para realizar esta ponderación se estará a lo que disponga la ley de estructuras comerciales de Cantabria.

2. Asimismo, se tendrá en cuenta el impacto urbanístico, paisajístico y sobre el medio natural provocado por el nuevo establecimiento y la incidencia de la nueva instalación comercial en el sistema viario, la dotación de plazas de aparcamiento y la accesibilidad del establecimiento proyectado en relación con los diferentes medios de transporte público.

3. En todo caso, serán preceptivos, además del informe del Tribunal de Defensa de la Competencia, el de la Cámara Oficial de Comercio y el del Ayuntamiento en cuyos respectivos ámbitos territoriales pretenda instalarse el nuevo establecimiento.

Artículo 10. *Plazos y resolución.*

El plazo para la tramitación del expediente de concesión de licencia comercial específica de gran establecimiento comercial será, como máximo, de seis meses, a contar desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el Registro de la Consejería competente en materia de comercio.

Transcurrido dicho plazo, de no recaer resolución administrativa expresa, la solicitud se entenderá estimada.

La resolución expresa deberá ser motivada.

Artículo 11. *Caducidad de la licencia.*

La licencia comercial otorgada se entenderá caducada en el caso de que el proyecto de instalación del gran establecimiento comercial o del establecimiento de

descuento duro autorizado no se realice, en su totalidad, en el plazo de ejecución previsto en su propio proyecto. Este plazo no podrá ser superior a dieciocho meses, a contar desde la obtención de las autorizaciones preceptivas, sin perjuicio de la posibilidad de prórroga por causas justificadas, alegadas y probadas ante la Consejería competente en materia de comercio para la concesión de la licencia. La solicitud de prórroga deberá realizarse con una antelación mínima de un mes a la fecha de caducidad de la licencia, entendiéndose concedida de no recaer resolución expresa sobre la misma en el plazo de dos meses. En ningún caso podrá superar la prórroga la mitad del plazo inicialmente concedido.

Artículo 12. *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 en los establecimientos de las entidades 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 operaciones 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 de 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 impropiedad de que un mismo hecho sea objeto de una doble sanción administrativa.

4. Las ventas al público por las entidades cooperativas u otras formas jurídicas análogas, en los casos en que lo autoriza la legislación vigente en la materia, se realizarán de manera diferenciada respecto de las operaciones efectuadas con los socios, atendiendo al lugar de distribución, la identificación de los productos y otras condiciones de la transacción, sin que pueda producirse simultáneamente la oferta discriminada a los socios cooperadores y al público en general de los productos obtenidos por la entidad y de los artículos adquiridos a terceros.

Artículo 13. *Prohibición de la venta con pérdida.*

1. No se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida, fuera de los supuestos regulados en los capítulos III y IV del título III de la presente Ley, a menos que, quien las realice, tenga por objetivo alcanzar los precios de uno o varios competidores con capacidad para afectar, significativamente, a sus ventas, y lo comuniqué, al menos con una antelación de veinticuatro horas a la aplicación del precio correspondiente, a la Administración competente en materia comercial 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 extendidas a los comerciantes 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 el anterior, de un plazo adicional de diez días para su subsanación y nueva remisión de la correspondiente factura rectificadora. 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 apartado 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.

5. Las facturas emitidas por los fabricantes y por los proveedores del comercio minorista en general por la entrega de las mercancías objeto de su comercio deben describir, explícitamente, todos los conceptos en cuya virtud se establezca el precio de adquisición de productos.

6. Cuando una misma factura se refiera a diferentes productos, se especificarán con claridad todos los descuentos que afecten a cada uno de ellos, si es que existen.

7. Cuando una misma factura se refiera a productos gravados con tipos fiscales impositivos distintos, deberán diferenciarse las partes de la operación sujetas a cada tipo.

8. Las bonificaciones, descuentos y conceptos análogos, sujetos al cumplimiento de condiciones futuras no podrán ser considerados como descuentos mientras no se cumplan aquellas condiciones a las que están sujetas, de acuerdo con lo establecido en los artículos 1.113 y 1.114 del Código Civil.

9. La autoridad competente podrá requerir simultánea e indistintamente, la presentación de la factura al proveedor y al comerciante.

10. Las obligaciones contenidas en el presente artículo serán exigibles tanto a los comerciantes minoristas como a los mayoristas y a cuantas entidades intermedias se dediquen a centralizar compras por cuenta de estos comerciantes.

TÍTULO II

Horarios comerciales

CAPÍTULO ÚNICO

Regulación de horarios comerciales

Artículo 14. *Horarios de apertura y cierre.*

1. El horario global en el que los establecimientos comerciales podrán abrirse al público durante el conjunto de días laborables de la semana, será, como máximo, de noventa horas. Los horarios de apertura y cierre, así como su distribución dentro de los días laborables de la semana, serán fijados, libremente, por el titular de cada establecimiento, sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral y en los Convenios Colectivos aplicables.

2. Asimismo, los domingos y festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público anualmente, según lo establecido en el artículo 43 del Real Decreto-ley 6/2000, de 23 de junio, de medidas

urgentes de intensificación de la competencia en mercados de bienes y servicios, serán, como mínimo, nueve en el año 2001, diez en 2002, once en 2003 y doce desde 2004, sin perjuicio de lo que disponga la legislación básica emanada de la Administración General del Estado en esta materia.

3. El horario correspondiente a cada domingo o día festivo será determinado, libremente, por el comerciante, sin que pueda exceder de doce horas.

4. La Consejería de Economía y Hacienda concretará, anualmente, los domingos o festivos en los que los comercios podrán realizar su actividad.

5. Todos los establecimientos comerciales deberán exponer, en lugar visible para el público, el calendario de días laborables y los horarios de apertura y cierre.

Artículo 15. *Comercios con libertad de horarios.*

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos comerciales que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a trescientos metros cuadrados, excluidos los que pertenezcan a grupos de distribución u operen bajo el mismo nombre comercial de aquéllos.

2. A estos efectos, se considerará grupo de distribución el que sea titular, bien directamente o bien a través de una empresa participada, directa o indirectamente, en más de un 25 por 100, de más de cinco establecimientos cuya superficie conjunta de exposición y venta supere los dos mil quinientos metros cuadrados.

3. También gozarán de plena libertad de apertura los establecimientos dedicados, exclusivamente, a la comercialización de alguno o algunos de los siguientes artículos:

- a) Productos de panadería, pastelería y repostería.
- b) Platos preparados.
- c) Prensa.
- d) Flores y plantas.
- e) Carburantes y combustibles.
- f) Productos culturales, entendiéndose como tales los libros, soportes musicales, vídeos, obras de arte, antigüedades, sellos y recuerdos de artesanía popular.

4. Igualmente, tendrán libertad de horarios las tiendas de conveniencia, entendiéndose por tales aquellas que, con una extensión útil no superior a quinientos metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.

5. Asimismo, gozarán de plena libertad de apertura los establecimientos minoristas situados en estaciones de medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo.

6. Del mismo modo, la libertad de horarios se extenderá a los establecimientos comerciales minoristas, con una superficie útil de venta y exposición no superior a dos mil quinientos metros cuadrados, que se encuentren situados en zonas de gran afluencia turística.

7. La determinación de las zonas de gran afluencia turística, así como los períodos de la aplicación de libertad de apertura en las mismas, será establecida por la Consejería competente en materia de comercio, a petición del Ayuntamiento interesado, el cual deberá aportar informes al respecto emitidos por la Cámara Oficial de Comercio, a cuyo ámbito territorial corresponda, y por la asociación o asociaciones de comerciantes con mayor implantación en el municipio, o acreditar que se han solicitado.

8. Las oficinas de farmacia se registrarán por su normativa específica.

9. Cuanto se determina en el presente artículo sobre libertad de horarios será de aplicación sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa laboral y en los Convenios Colectivos aplicables.

TÍTULO III

Actividades de promoción de ventas

CAPÍTULO I

Generalidades

Artículo 16. *Concepto.*

Las actividades de promoción de ventas que se realicen por los comerciantes en Cantabria únicamente podrán emplear las denominaciones de ventas en rebajas, ventas de saldos, ventas en liquidación, ventas con descuento o ventas con obsequio cuando 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.

Artículo 17. *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 actividades de promoción de ventas enumeradas no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, entendiéndose como artículo la unidad de producto individualmente comercializada, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los productos o grupos de productos a los que realmente afecte.

Artículo 18. *Constancia de la reducción de precios.*

1. Siempre que se oferten productos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido. En el supuesto de productos puestos a la venta por primera vez, no podrá hacerse ninguna referencia cuantitativa ni porcentual que sugiera algún tipo de descuento.

Se entenderá por precio anterior el que hubiese sido aplicado sobre artículos 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 productos puestos a la venta con anterioridad por el comerciante, bastará con el anuncio genérico de la misma, sin necesidad de que conste, individualmente, en cada producto ofertado.

Artículo 19. *Determinación de los artículos ofertados.*

En el caso de que se oferten productos a precio normal y a precio reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados, de forma que no puedan, razo-

nablemente, confundirse, y distinguiendo, en su caso, la existencia de saldos, liquidaciones, descuentos u obsequios.

Artículo 20. *Promociones limitadas a determinados colectivos.*

Las normas que regulan las ventas recogidas en el presente título serán aplicables aun cuando estas actividades promocionales vayan dirigidas a un número restringido de personas, previamente seleccionadas.

Artículo 21. *Deber de comunicación.*

1. Los comerciantes deberán comunicar a la Consejería competente en materia de comercio, con una antelación mínima de quince días, las fechas durante las que pretendan realizar actividades promocionales consistentes en rebajas, saldos, liquidaciones, descuentos o ventas con obsequio, siempre que el conjunto de artículos, entendidos como bienes individualmente considerados, objeto de promoción, supere la cuarta parte del total de los expuestos a la venta en un momento determinado.

2. Dicha comunicación deberá indicar las condiciones aplicables a la actividad promocional de que se trate.

CAPÍTULO II

Venta en rebajas

Artículo 22. *Concepto.*

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los productos 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 como consecuencia de la finalización de una temporada comercial.

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 artículos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Artículo 23. *Temporada de rebajas.*

1. Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales. La primera se iniciará a principios de cada año y la segunda en torno al período estival.

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 y dentro de las fechas concretas que fijará, anualmente, la Consejería competente en materia de comercio.

3. En ningún caso, la fecha de inicio de un período de rebajas podrá coincidir con un domingo o festivo.

Artículo 24. *Productos rebajados.*

Los productos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad, 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.

Artículo 25. *Prohibición de simultanear las rebajas con otra actividad de promoción comercial.*

No podrá simultanearse, en un mismo establecimiento comercial y para el mismo tipo de productos, la venta en rebajas con cualquier otra actividad promocional de ventas regulada en el presente título.

CAPÍTULO III

Venta de saldos

Artículo 26. *Concepto.*

1. Se considera venta de saldos la de productos o artículos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia.

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 vendan realmente por precio inferior al habitual.

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

Artículo 27. *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.

3. Los establecimientos dedicados específica y exclusivamente a la venta de saldos deberán indicarlo de forma que sea claramente visible desde el exterior del local.

CAPÍTULO IV

Venta en liquidación

Artículo 28. *Concepto.*

1. Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de artículos 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 artículos 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 29. *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 V

Venta con descuento

Artículo 30. *Concepto.*

1. A los efectos de esta Ley, se considera venta promocional con descuento la que consiste en ofrecer, mediante cualquier procedimiento publicitario, incluidos los anuncios expuestos en el propio establecimiento, una reducción sobre el precio aplicado con anterioridad por un comerciante sobre un determinado producto o grupo de productos.

2. Los artículos sobre los que se aplique descuento no podrán estar deteriorados o ser de peor calidad que los que se hubiesen comercializado con anterioridad.

Artículo 31. *Requisitos.*

La actividad promocional de venta con descuento se sujetará a las siguientes condiciones:

a) Su finalidad deberá consistir en potenciar la venta de determinados productos o en el relanzamiento de un establecimiento que haya sido objeto de una importante remodelación física reciente, lo que se deberá acreditar aportando el oportuno proyecto técnico.

b) Salvo en el supuesto de un comercio remodelado, no podrá ser objeto de este tipo de promoción más del 40 por 100 de los artículos, entendidos como bienes individualmente considerados, existentes en el establecimiento.

c) El período máximo de duración de una venta con descuento en un establecimiento remodelado será de dos meses desde la fecha de su reapertura.

Cuando esta actividad vaya dirigida a la promoción de determinados productos, su duración no podrá ser inferior a un día ni superior a treinta.

En ambos casos, los productos promocionados no podrán ser objeto de nuevas ventas con descuento.

d) Todo anuncio de venta con descuento deberá especificar su duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a la misma. Asimismo, deberá indicar los productos afectados, salvo cuando se desarrolle este tipo de promoción en un establecimiento remodelado y se encuentren incluidos en la misma, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta.

CAPÍTULO VI

Venta con obsequios

Artículo 32. *Concepto.*

1. Con la finalidad de promover las ventas, podrá ofertarse a los compradores otro producto o servicio gratuito o a precio especialmente reducido, ya sea en forma automática, o bien mediante la participación en un sorteo o concurso.

2. Cuando el incentivo consista en un sorteo, lo dispuesto en la presente Ley será aplicable sin perjuicio

de lo establecido en la legislación sectorial correspondiente.

3. En todo caso, la comunicación a cualquier persona que haya resultado agraciada con un premio, deberá advertir inexcusablemente que éste no se encuentra condicionado a la adquisición de determinados productos o servicios.

Artículo 33. *Veracidad de la oferta.*

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

Artículo 34. *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 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 artículos, 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.

TÍTULO IV

Ventas especiales

CAPÍTULO I

Generalidades

Artículo 35. *Concepto.*

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 en pública subasta, las ventas ocasionales y las ventas domiciliarias.

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

Artículo 36. *Registro de Ventas Especiales.*

1. Se crea el Registro de Ventas Especiales de Cantabria, adscrito a la Consejería competente en materia de comercio, en el que se inscribirán los comerciantes que ejerzan cualquiera de las actividades objeto del presente título.

2. Corresponde a esta Consejería autorizar las ventas a distancia cuando se desarrollen por comerciantes establecidos en el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

3. La autorización para el ejercicio de las ventas ambulantes, ventas automáticas, ventas en pública subasta, ventas ocasionales y ventas domiciliarias corresponderá al Ayuntamiento en cuyo término municipal se realice la actividad. Dicho Ayuntamiento deberá comunicar, en el plazo de un mes, a la Consejería competente en materia de comercio, el acuerdo de concesión para la correspondiente inscripción en el Registro.

CAPÍTULO II

Venta a distancia

Artículo 37. *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.

En particular, estarán incluidas en este concepto aquellas que se realicen mediante pedidos sobre catálogos previamente distribuidos a los posibles compradores.

2. La autorización de las ventas a distancia, así como la inscripción de las respectivas empresas en el correspondiente registro, corresponderá a la Consejería competente en materia de comercio.

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

- a) La venta mediante máquinas automáticas.
- b) Los productos realizados a medida.
- c) Los contratos de suministros de productos alimenticios, de bebidas o de otros artículos de hogar no duraderos y de consumo corriente.

Artículo 38. *Propuesta de contratación.*

1. En todas las propuestas de contratación deberá constar, inequívocamente, que se trata de una propuesta comercial.

2. Asimismo, se deberá informar al consumidor de que la utilización de una técnica de comunicación a distancia para la transmisión del pedido tiene carácter oneroso, a menos que este extremo resulte evidente.

3. En todo caso, deberán cumplirse las disposiciones vigentes sobre respeto a la intimidad y sobre protección de los menores, considerándose solamente el nombre, apellidos y domicilio de las personas que figuran en el censo electoral como datos accesibles al público en los términos establecidos por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y dando la oportunidad a las personas de oponerse a recibir comunicaciones comerciales.

Artículo 39. *Contenido de las propuestas.*

La oferta de venta a distancia debe incluir, al menos, los siguientes extremos:

- a) Identidad del proveedor.
- b) Características especiales del producto.
- c) Precio y, en su caso, debidamente separados, los gastos del transporte, así como cualquier otro que incremente el importe final a pagar por el consumidor.
- d) Forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.
- e) En los supuestos de pago aplazado, deberán indicarse las cantidades periódicas, así como la total a abonar por el comprador.
- f) Plazo de validez de la oferta.

Artículo 40. *Necesidad de consentimiento expreso.*

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

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 41. *Prohibición de envíos no solicitados.*

1. Queda prohibido enviar al consumidor artículos o mercancías no pedidas por él al comerciante, excep-

ción hecha de las muestras comerciales. 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.

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

2. No será de aplicación lo dispuesto en el apartado anterior cuando sea evidente que el envío se debía a un error, ya que tenía la finalidad de responder a una demanda que, en realidad, no se había producido. En este caso, el receptor deberá guardarlo a disposición del vendedor durante un mes desde que comunique la recepción errónea del objeto, teniendo derecho a retenerlo hasta ser indemnizado con una cantidad igual al 10 por 100 de su valor en venta o hacerlo suyo definitivamente, si esta indemnización no le fuera satisfecha en el plazo antes indicado.

Artículo 42. *Plazo de ejecución y pago.*

1. De no indicarse en la oferta el plazo de ejecución del pedido, éste deberá cumplimentarse dentro de los treinta días siguientes al de su recepción por el vendedor.

2. Sólo podrá exigirse el pago antes de la entrega del artículo cuando se trate de un pedido que se haya elaborado con algún elemento diferenciador para un cliente específico y a solicitud del mismo.

Artículo 43. *Derecho de desistimiento.*

1. El comprador podrá desistir libremente del contrato dentro del plazo de siete días, contados desde la fecha de recepción del artículo.

En el caso de que la adquisición del artículo se efectuase mediante un acuerdo de crédito, el desistimiento del contrato principal implicará la resolución de aquél.

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 del comprador no puede implicar la imposición de penalidad alguna, si bien el comprador deberá satisfacer los gastos directos de devolución y, en su caso, indemnizar por los desperfectos del objeto de la compra.

Artículo 44. *Excepciones al derecho de desistimiento.*

Lo dispuesto en el artículo anterior no será de aplicación a los siguientes supuestos:

- a) A los productos cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de un mercado no controlado por el proveedor.
- b) A los contratos celebrados con intervención de fedatario público.
- c) Tampoco se extenderá el derecho de desistimiento, salvo pacto en contrario, a las ventas de artículos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, que se destinen a la higiene corporal o que, en razón de su naturaleza, no puedan ser devueltos.

Artículo 45. *Pago mediante tarjeta.*

1. Cuando el importe de una compra hubiese sido cargado utilizando el número de una tarjeta de pago sin que ésta hubiese sido presentada directamente o identificada electrónicamente, 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, por lo

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 46. *Información.*

A la ejecución del contrato, el comprador deberá haber recibido por escrito, y en castellano, información comprensiva de todos los datos señalados en el artículo 39 y, además, de los siguientes:

- a) Dirección de uno de los establecimientos del vendedor, así como su domicilio social.
- b) En su caso, condiciones de crédito o pago escalonado.
- c) Documento de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, conteniendo 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.

Artículo 47. *Irrenunciabilidad de los derechos.*

La renuncia efectuada, explícita o implícitamente, por el consumidor a los derechos que le son reconocidos en el presente capítulo será nula y no impedirá la debida aplicación de las normas contenidas en el mismo.

CAPÍTULO III

Venta automática

Artículo 48. *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. Todas las máquinas para la venta automática deberán cumplir la normativa vigente en materia de homologación.

3. Para la instalación de máquinas de venta automática se requerirá autorización específica de las autoridades competentes por razón del producto objeto de la actividad, así como la del Ayuntamiento correspondiente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 36 de la presente Ley. Serán, también, exigibles las autorizaciones que resulten necesarias por otras razones de carácter sectorial.

Artículo 49. *Advertencias obligatorias.*

En todas las máquinas de venta deberá figurar con claridad cuál es el producto que expenden, su precio, tipo de monedas que admiten, instrucciones para la obtención del producto deseado, identidad del oferente, dirección y teléfono donde se atenderán las reclamaciones, así como referencia a las autorizaciones concedidas.

Artículo 50. *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 51. *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 sedentaria

Artículo 52. *Concepto y autorización.*

1. 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 comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda.

2. La concesión de licencia para el ejercicio de la venta ambulante corresponderá a los Ayuntamientos, que podrán autorizarla en las siguientes modalidades:

- a) Mercados ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija.
- b) Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.
- c) Venta realizada en camiones-tienda.
- d) Puestos instalados en la vía pública en circunstancias y condiciones precisas.

Artículo 53. *Ordenanzas municipales.*

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

- a) Los lugares y períodos en los que puede desarrollarse la venta ambulante.
- b) Las modalidades de venta ambulante admitidas, teniendo en cuenta las características de cada municipio.
- c) Requisitos para el ejercicio de la venta ambulante.
- d) Régimen de autorizaciones.
- e) Número total de puestos o licencias.
- f) Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.
- g) Tasa a pagar por la concesión de la licencia.
- h) Régimen interno de funcionamiento del mercado, en su caso.
 - i) Previsión del régimen sancionador.
 - j) Relación de derechos y deberes de los comerciantes ambulantes.

Artículo 54. *Licencias.*

1. Para la concesión de la licencia para el ejercicio de la venta ambulante, se exigirá que el peticionario acredite:

- a) Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y en el régimen de Seguridad Social que corresponda, estando al corriente en el pago de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social.
- b) Cumplir los requisitos de las reglamentaciones de cada tipo de productos.
- c) Estar en posesión del carné de manipulador de alimentos, en su caso.
- d) Satisfacer las tasas y tributos fijados en la Ordenanza.
- e) Disponer de los permisos de residencia y trabajo que en cada caso sean exigibles, si se trata de extranjeros.

2. Las licencias se concederán en condiciones no discriminatorias, pero deberá preferirse a aquellos comerciantes que tengan concertado un seguro de responsabilidad civil por los daños que puedan causar con sus productos. Si la Ordenanza prevé una reserva de puestos, deberá utilizar para ello criterios objetivos.

3. Las licencias tendrán una duración máxima de un año, prorrogable, y podrán ser revocadas por incumplimiento de las condiciones a las que se encuentren sometidas.

4. La titularidad de las licencias se ajustará a las siguientes condiciones:

a) Las licencias podrán concederse tanto a personas físicas como a sociedades, y serán intransferibles.

b) En el caso de que el titular sea una persona física, podrán desarrollar la venta, además del propio titular, sus familiares o dependientes dados de alta en el correspondiente régimen de Seguridad Social.

c) No obstante lo señalado en el párrafo a), en el supuesto de fallecimiento de la persona física titular de la licencia, podrá sucederle en la titularidad el heredero que se designe.

d) En el supuesto de que la licencia sea concedida a una sociedad, ésta deberá indicar al Ayuntamiento el nombre de la persona, socio o dependiente que desarrollará la actividad, la cual deberá estar dada de alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda.

e) A los efectos de lo establecido en el párrafo a), se considerará que se ha transferido la licencia cuando se incorporen a la sociedad nuevos socios cuya participación supere un tercio del capital. Se exceptúa de lo establecido en este párrafo a las sociedades cooperativas y a los supuestos de incorporación de nuevos socios por transmisión mortis causa.

5. En la licencia deberá especificarse el ámbito territorial de validez, los productos autorizados y las fechas en que se podrá llevar a cabo la actividad comercial.

6. Los Ayuntamientos remitirán, dentro del primer trimestre de cada año natural, a la Consejería competente en materia de comercio, una relación actualizada de los comerciantes a los que se les haya otorgado la licencia correspondiente.

Artículo 55. *Lugares de venta.*

1. La delimitación por los Ayuntamientos de aquellos lugares donde pueda ejercerse la venta ambulante requerirá audiencia previa de la Cámara de Comercio correspondiente.

2. Los Ayuntamientos cuidarán de que los lugares destinados al ejercicio de la venta ambulante se encuentren en las debidas condiciones de limpieza y salubridad y de que cuenten con una adecuada dotación de infraestructuras.

Artículo 56. *Productos objeto de venta.*

1. Sólo podrá autorizarse la venta de productos alimenticios cuando se cumplan las condiciones higiénico-sanitarias que establezca la legislación sectorial sobre la materia para cada tipo de producto.

2. No se podrán vender alimentos o productos alimenticios no envasados por quien carezca del carné de manipulador de alimentos.

Artículo 57. *Información.*

1. Quienes ejerzan el comercio ambulante, deberán tener expuestos, de 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.

2. La identificación del comerciante deberá igualmente figurar en el comprobante de la venta, si lo hubiera.

CAPÍTULO V

Venta en pública subasta

Artículo 58. *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 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 tanto a las efectuadas por empresas que se dediquen habitualmente a esta actividad, como a aquellas que la realicen ocasionalmente, quedando excluidas las subastas de títulos-valores, las subastas judiciales o administrativas, así como las que se lleven a cabo en lonjas, puertos y lugares similares, que se regirán por su normativa específica.

Artículo 59. *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.

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 60. *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 adveradas 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 a 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 61. *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 62. *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 63. *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 la irrevindicabilidad de los mismos en la forma establecida en el artículo 85 del Código de Comercio.

2. La empresa subastadora responderá solidariamente con el titular del bien subastado por los vicios o defectos ocultos de la cosa vendida cuando hubiese incumplido las obligaciones de información que le impone el artículo 60 de la presente Ley.

Artículo 64. *Autorización.*

La actividad de venta en subasta deberá ser autorizada por el Ayuntamiento en cuyo ámbito territorial vaya a ser realizada.

En el caso de empresas que se dediquen con carácter permanente a esta actividad, la autorización se concederá por una sola vez y con carácter temporal ilimitado, sin perjuicio de su oportuna revocación por incumplimiento de las condiciones requeridas y, en cualquier caso, tras el oportuno expediente administrativo.

CAPÍTULO VI

Venta ocasional

Artículo 65. *Concepto y requisitos.*

1. Se denomina venta ocasional a aquella que consista en la oferta de bienes en establecimientos o centros, públicos o privados, que no tengan carácter comercial permanente para esta actividad, por un período de tiempo limitado y que no se trate de otra modalidad de venta expresamente regulada en la presente Ley.

2. Cuando la venta ocasional suponga la entrega inmediata del producto comercializado, deberá indicarse al comprador la existencia de un plazo, de al menos siete días, durante el cual podrá ejercer el derecho de desistimiento, para lo que se le facilitará una dirección, en la cual pueda efectuar la correspondiente devolución o, en su caso, reclamación.

3. Si la entrega del producto se difiere en el tiempo será de aplicación a la venta ocasional lo dispuesto en los artículos 39 y siguientes del capítulo II del presente título.

4. La actividad de venta ocasional deberá ser autorizada por el Ayuntamiento en cuyo ámbito territorial se desarrolle.

CAPÍTULO VII

Venta domiciliaria

Artículo 66. *Concepto.*

1. Se consideran ventas domiciliarias, a los efectos de esta Ley, las realizadas profesionalmente mediante la visita del vendedor, o de sus empleados o agentes, al domicilio de los posibles compradores, tanto si se produce la entrega de la cosa vendida en el mismo momento o no.

2. Tendrá, igualmente, la consideración de venta domiciliaria la llamada «venta en reunión», a la que asista un grupo de personas y se celebre en el domicilio de una de ellas.

3. No se considerará venta a domicilio la venta por correspondencia ni las entregas a domicilio de mercancías adquiridas por cualquier otro tipo de venta.

Artículo 67. *Requisitos.*

1. Corresponde a cada Ayuntamiento la autorización para el ejercicio de la venta a domicilio en su término municipal.

2. 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.

3. Se deberá cumplir con la normativa reguladora del producto que se vende, no pudiendo ser objeto de venta domiciliaria aquellos cuya regulación prohíba este tipo de ventas, especialmente los alimenticios y los que, por la forma de presentación u otras circunstancias, no cumplan con las normas técnico-sanitarias o de seguridad.

Artículo 68. *Información.*

1. La publicidad de la oferta que deberá ser entregada al consumidor incluirá, al menos, los siguientes extremos:

- a) Identificación y domicilio de la empresa.
- b) Datos esenciales del producto, de forma que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- c) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazos de envío.

2. En todos los supuestos de venta domiciliaria, el vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que le asiste de disponer de un período, de al menos siete días, durante el cual podrá decidir la devolución del producto de que se trate y a recibir las cantidades que haya entregado, salvo que se trate de productos perecederos.

TÍTULO V

De la actividad comercial en régimen de franquicia

CAPÍTULO ÚNICO

De la actividad comercial en régimen de franquicia

Artículo 69. *Regulación del régimen de franquicia.*

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 empresas que, teniendo su domicilio en Cantabria, realicen, con el carácter de franquiciadoras, la

actividad comercial de franquicia, tal como se define en el apartado anterior, deberán presentar, en la Consejería competente en materia de comercio, la documentación a que se refiere el artículo 7 del Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, a efectos del cumplimiento de lo establecido en el mismo.

3. 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.

TÍTULO VI

Infracciones y sanciones

CAPÍTULO I

Infracciones

Artículo 70. *Clases de infracciones.*

1. Sin perjuicio de las responsabilidades que de otro orden pudieran derivarse, constituyen infracciones administrativas en materia de ordenación del comercio las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ley, las cuales serán objeto de sanciones administrativas, previa la instrucción del correspondiente expediente sancionador, iniciado de oficio o por reclamación o denuncia.

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

Artículo 71. *Responsabilidad.*

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

Artículo 72. *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) 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 lugar visible del mismo.

c) El incumplimiento de las normas sobre indicación de precios.

d) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 34 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, acerca de las ofertas de venta conjunta.

e) En general, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley o en las normas dictadas para su desarrollo que no sean objeto de sanción específica.

Artículo 73. *Infracciones graves.*

Tendrán la consideración de infracciones graves:

a) Ejercer una actividad comercial en los casos de prohibición, o sin previa autorización en el caso de que

ésta fuera preceptiva, cuando no constituya falta muy grave.

b) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.

c) Realizar ventas con pérdida, con excepción de las autorizadas en esta Ley, e incumplir las normas sobre facturas que recoge en su artículo 13.

d) La apertura del establecimiento comercial en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales, de aquellos no excepcionados en el artículo 15 de esta Ley.

e) La realización de actividades comerciales en horario superior al máximo autorizado.

f) El incumplimiento de los plazos máximos de pago que contempla el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, 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 mismo artículo 17.

g) La venta bajo el anuncio o la denominación de «ventas con obsequio», «ventas en rebaja», «ventas en liquidación», «ventas de saldos», o «ventas con descuento», así como la realización de estas actividades, con inobservancia de las características legales definidoras de las mismas.

h) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 25 de la presente Ley en cuanto a la prohibición de simultanear la venta en rebajas con otras ventas promocionales.

i) La venta de artículos defectuosos, salvo en la venta de saldos.

j) La venta en rebajas, en liquidación o con descuento de artículos adquiridos expresamente con tal finalidad.

k) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de su oferta.

l) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega y canje de los obsequios promocionales.

m) Modificar durante el período de duración de la oferta de ventas con obsequio el precio o la calidad del producto.

n) La oferta de operaciones comerciales en pirámide en la forma prohibida en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

ñ) Anunciar ventas como directas de fabricante o mayorista con incumplimiento de lo establecido al respecto en el apartado 5 del artículo 2 de esta Ley.

o) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 4 del artículo 12 de la presente Ley, en cuanto a la venta por cooperativas.

p) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y funcionarios de la Administración comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación y el suministro de información inexacta o incompleta.

q) Acaparar o retirar injustificadamente productos destinados directa o indirectamente a la venta.

r) Incumplir las disposiciones administrativas relativas a la prohibición de comercializar o distribuir determinados productos.

s) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

t) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la presente Ley en cuanto a la recuperación del importe en la venta en máquinas automáticas.

Artículo 74. *Infracciones muy graves.*

Tendrán la consideración de infracciones muy graves:

a) El ejercicio de actividades comerciales en grandes establecimientos comerciales individuales o colec-

tivos, y en establecimientos de descuento duro que no hayan obtenido la licencia comercial específica a que se refiere el artículo 8 de esta Ley.

b) La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o cualquier otra forma de presión.

c) Las que, habiéndose calificado de graves, hayan supuesto una facturación, afectada por la infracción, superior a un millón (1.000.000) de euros.

d) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 75. *Reincidencia.*

1. Se entenderá que existe reincidencia por la 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 apartado 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.

Artículo 76. *Prescripción de infracciones.*

Las infracciones reguladas en la presente Ley prescribirán 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 se contarán a partir de la realización del acto sancionable o de la terminación del período de comisión si se trata de infracciones continuadas.

CAPÍTULO II

Sanciones

Artículo 77. *Graduación.*

1. Cada una de las infracciones clasificadas en leves, graves o muy graves se graduarán en mínimas, medias y máximas, en función del número de trabajadores o del volumen de facturación anual de la empresa infractora, con arreglo a la siguiente escala:

a) Grado mínimo: empresas de hasta cinco trabajadores o con una facturación de hasta trescientos mil (300.000) euros.

b) Grado medio: empresas de seis a cincuenta trabajadores o con una facturación desde trescientos mil euros y un céntimo (300.000,01) hasta tres millones (3.000.000) de euros.

c) Grado máximo: empresas de más de cincuenta trabajadores o con una facturación superior a tres millones (3.000.000) de euros.

Para la aplicación de la escala se tendrá en cuenta la plantilla o la facturación total de la empresa o grupo de empresas titular del establecimiento donde se haya cometido la infracción.

2. La determinación de la sanción a imponer en cada uno de los grados mínimo, medio o máximo se establecerá en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causados, el grado de voluntariedad o intencionalidad del infractor, el plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción, la capacidad económica, el volumen de facturación a la que afecta, la reiteración y la reincidencia.

3. En todo caso, cuando la cuantía del beneficio ilícito obtenido como consecuencia de la infracción supere la de la sanción máxima aplicable, ésta podrá ser incrementada por el órgano sancionador hasta igualar el importe total de dicho beneficio.

Artículo 78. *Medidas sancionadoras.*

1. Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Infracciones leves:

1.º Grado mínimo: apercibimiento o multa de hasta doscientos (200) euros.

2.º Grado medio: multa desde doscientos euros y un céntimo (200,01) hasta cuatrocientos (400) euros.

3.º Grado máximo: multa desde cuatrocientos euros y un céntimo (400,01) hasta seiscientos (600) euros.

b) Infracciones graves:

1.º Grado mínimo: multa desde seiscientos euros y un céntimo (600,01) hasta mil (1.000) euros.

2.º Grado medio: multa desde mil euros y un céntimo (1.000,01) hasta tres mil (3.000) euros.

3.º Grado máximo: multa desde tres mil euros y un céntimo (3.000,01) hasta seis mil (6.000) euros.

c) Infracciones muy graves:

1.º Grado mínimo: multa desde seis mil euros y un céntimo (6.000,01) hasta quince mil (15.000) euros.

2.º Grado medio: multa desde quince mil euros y un céntimo (15.000,01) hasta sesenta mil (60.000) euros.

3.º Grado máximo: multa desde sesenta mil euros y un céntimo (60.000,01) hasta seiscientos mil (600.000) euros.

2. Las cuantías fijadas en el apartado precedente podrán ser actualizadas, en función del índice de precios al consumo, mediante Decreto del Gobierno de Cantabria, a propuesta de la Consejería competente en materia de comercio.

3. El Gobierno de Cantabria, en el supuesto de infracciones muy graves que supongan un grave perjuicio económico o generen una amplia alarma social o se trate, al menos, de la tercera reincidencia, podrá acordar el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo máximo de un año.

Artículo 79. *Suspensión temporal de la actividad.*

Con la finalidad de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, el Gobierno de Cantabria podrá adoptar la medida de cierre de las instalaciones o de los establecimientos que no dispongan de las autorizaciones preceptivas o de la suspensión de su funcionamiento hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos, en los supuestos de falta muy grave.

Dicha medida se adoptará mediante acuerdo motivado.

Artículo 80. *Prescripción de sanciones.*

Las sanciones impuestas por infracciones muy graves prescribirán a los tres años, por las graves a los dos años y por las leves a los seis meses.

El plazo de prescripción comenzará a contarse a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

Artículo 81. *Órganos competentes.*

Sin perjuicio de las competencias atribuidas a otras Administraciones públicas o a otros centros directivos,

los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones por el incumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley son:

a) El Director general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, en las infracciones leves.

b) El titular de la Consejería competente en materia de comercio, en las infracciones graves.

c) El Gobierno de Cantabria, en las infracciones muy graves y para los supuestos de cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor, por un plazo máximo de un año.

Se autoriza al Gobierno de Cantabria para modificar, mediante Decreto, las competencias atribuidas en el presente artículo.

Artículo 82. *Procedimiento sancionador.*

La imposición de sanciones habrá de sujetarse a las normas del procedimiento administrativo sancionador establecidas en el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en sus normas complementarias de desarrollo.

Disposición adicional primera. *Registros.*

Reglamentariamente se establecerá el contenido de los Registros de Asociaciones de Comerciantes y de Ventas Especiales, así como los requisitos para la inscripción en los mismos.

Disposición adicional segunda. *Infracciones y sanciones.*

Las infracciones a lo dispuesto en la presente Ley que constituyan un acto ilícito en materia de defensa del consumidor y usuario, serán sancionadas por la Consejería competente en materia de salud pública y consumo, de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Cantabria 6/1998, de 15 de mayo, por la que se aprueba el Estatuto del Consumidor y Usuario de Cantabria.

Disposición adicional tercera. *Competencias de los Ayuntamientos.*

Corresponderá a los Ayuntamientos la vigilancia del cumplimiento de los requisitos establecidos para la realización de las ventas especiales que precisen de su autorización, pudiendo imponer las sanciones que procedan según lo establecido en la legislación local o dar traslado de la denuncia al órgano competente en materia de comercio del Gobierno de Cantabria para su tramitación.

Disposición transitoria primera. *Suspensión de licencias.*

En el plazo establecido en la disposición transitoria octava de la Ley de Cantabria 2/2001, de 11 de junio, de Ordenación Territorial y Régimen Urbanístico del Suelo de Cantabria, el Gobierno de Cantabria presentará ante el Parlamento el proyecto de ley de estructuras comerciales, quedando en suspenso, hasta su aprobación y entrada en vigor, los expedientes de concesión de nuevas licencias comerciales específicas para la apertura de grandes establecimientos comerciales y establecimientos de descuento duro, los cuales deberán cumplir cuanto en aquella Ley se establezca.

Disposición transitoria segunda. *Adaptación de Ordenanzas municipales y mantenimiento de la declaración de zona de gran afluencia turística.*

1. Los Ayuntamientos de Cantabria deberán adaptar las Ordenanzas afectadas por la presente Ley a lo dis-

puesto en la misma en el período de un año desde su entrada en vigor.

2. Asimismo, aquellos Ayuntamientos que, habiendo obtenido para su territorio la declaración de zona de gran afluencia turística, deseen mantenerla, deberán comunicarlo a la Consejería competente en materia de comercio en el plazo máximo de seis meses desde la entrada en vigor de la presente Ley.

Disposición transitoria tercera. *Tramitación de expedientes.*

Los expedientes iniciados con anterioridad a la entrada en vigor de la presente Ley continuarán su tramitación de conformidad con la normativa que les era de aplicación, salvo lo dispuesto en la disposición transitoria primera de esta Ley.

Disposición derogatoria única.

Quedan derogadas todas las normas de igual o inferior rango en lo que contradigan o se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

Disposición final primera. *Autorización de desarrollo reglamentario.*

Se autoriza al Gobierno de Cantabria y al Consejero competente en materia de comercio para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo de la presente Ley.

Disposición final segunda. *Aplicación de legislación supletoria.*

En todo lo no previsto en la presente Ley, será de aplicación, con carácter supletorio, la legislación estatal sobre esta materia.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de Cantabria».

Palacio del Gobierno de Cantabria, 26 de febrero de 2002.

JOSÉ JOAQUÍN MARTÍNEZ SIESO,
Presidente

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA RIOJA

6233 LEY 1/2002, de 1 de marzo, de Servicios Sociales.

EL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA RIOJA

Sean todos los ciudadanos que el Parlamento de La Rioja ha aprobado, y yo, en nombre de su Majestad el Rey y de acuerdo con lo que establece la Constitución y el Estatuto de Autonomía, promulgo la siguiente Ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Estatuto de Autonomía de La Rioja, desde su redacción originaria en 1982, ya preveía como competencia

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Queda derogado el Real Decreto 2726/1998, de 18 de diciembre, de Integración de los Servicios Periféricos de la Dirección General de Objeción de Conciencia en las Delegaciones del Gobierno, y cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en el presente Real Decreto.

Disposición final primera. *Facultades de desarrollo.*

Se autoriza al Ministro de Administraciones Públicas para que, previo cumplimiento de los trámites legales oportunos, adopte las medidas necesarias para el desarrollo y ejecución del presente Real Decreto.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente Real Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid a 31 de mayo de 2002.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Administraciones Públicas,
JESÚS POSADA MORENO

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA

11417 LEY 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio, de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

EL PRESIDENTE DE LA JUNTA DE EXTREMADURA.

Sea notorio a todos los ciudadanos que la Asamblea de Extremadura ha aprobado y yo, en nombre del Rey, de conformidad con lo establecido en el artículo 49.1 del Estatuto de Autonomía, vengo a promulgar la siguiente Ley.

El comercio es una actividad que se manifiesta en, prácticamente, todas las facetas de la economía. Se trata de un área que trasciende a una simple clasificación y que si tiene una característica que la define es su omnipresencia en la vida diaria de los ciudadanos.

La actividad comercial tiene un componente de horizontalidad que afecta al conjunto de la economía e influye de manera decisiva en la configuración del sector servicios, que es la partida que más aporta al Producto Interior Bruto de las economías modernas y desarrolladas. Además, el comercio es la fase final por la que pasan todos los productos y es el origen de la mayor parte del empleo que genera nuestra sociedad.

La distribución comercial es uno de los sectores económicos que está registrando transformaciones más intensas y rápidas, tanto en el número y características de las empresas que intervienen, como de los establecimientos minoristas en general, de los productos y servicios comercializados y en la gestión global de la empresa y punto de venta. Los hábitos de compra y consumo de la población también están cambiando al mismo ritmo.

El Estatuto de Autonomía de Extremadura, tras su reforma de 6 de mayo de 1999, concede en su artícu-

lo 7.1.33 competencia exclusiva a nuestra Comunidad Autónoma en materia de comercio interior; por lo que está legitimada para crear un marco jurídico propio contemplando toda la normativa que afecta al área comercial.

La base del citado cuerpo legislativo es la presente Ley de Comercio de Extremadura, que constituye el instrumento que marcará a largo plazo las líneas directrices en materia de comercio interior de la Región extremeña.

La Ley de Comercio de la Comunidad Autónoma de Extremadura se estructura en cinco títulos y reúne los aspectos más relevantes por los que se ha de regir en nuestra región el comercio mayorista y, especialmente, el minorista.

El Título I se refiere a la Regulación de la Actividad Comercial, y en él se define el objeto de la Ley y sus exclusiones. Cabe destacar la inclusión de la actividad comercial mayorista en el ámbito de regulación.

Por otra parte, el Título I regula distintas fórmulas y modalidades de comercio y de venta, como son: El comercio ambulante, la venta a distancia, la venta automática, la venta domiciliaria, las ventas promocionales y otras tan novedosas como el comercio electrónico, que por su pujanza y proyección de futuro ha merecido una mención específica en el texto.

Un objetivo básico perseguido en el tratamiento de la diversidad que ofrece la actividad comercial ha sido el de disponer de la mejor y más exacta información cualitativa y cuantitativa de la realidad comercial extremeña en todas sus manifestaciones.

Otro propósito esencial que se ha perseguido en todo momento es la conjunción de la defensa de los legítimos intereses de los empresarios del comercio y los derechos de los consumidores; a este respecto, la regulación que se acomete entronca sobre todo con el derecho de la competencia, en orden a situar a todos los operadores en similares condiciones de concurrencia y a exigirles las mismas garantías de respeto de las reglas de la oferta a los consumidores.

El Título I finaliza con una materia de tanta trascendencia como es el establecimiento de un régimen de horarios comerciales para la Comunidad Autónoma de Extremadura. De este régimen debe subrayarse que la regla general es la no apertura de establecimientos en días festivos; pero, también, el propio sistema establece un amplio catálogo de excepciones dirigidas a determinados formatos, previendo la posibilidad de fijar —anualmente— la apertura en un número de domingos y festivos que reglamentariamente se establezca. Con esta regulación se garantiza la existencia de una oferta amplia y plural en estos días de ocio, huyendo de un modelo rígido que no pueda ser variado en función de circunstancias que así lo aconsejen.

El sistema referido también establece un límite máximo de horas de apertura al público e introduce, como novedad, la prohibición de vender bebidas alcohólicas a todos los establecimientos comerciales en el horario nocturno.

El Título II se refiere a la ordenación de las estructuras comerciales en el ámbito territorial y sectorial, definiendo como instrumento básico para lograr tal objetivo la licencia comercial específica y los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales.

La licencia comercial específica será exigible, entre otros supuestos, tanto para la implantación de grandes superficies comerciales como de equipamientos comerciales colectivos. En la definición de gran superficie comercial se ha hecho intervenir, además de la superficie de venta del establecimiento comercial, el factor población. De este modo se relaciona el comercio con el territorio y, consiguientemente, con la población como elemento de medida de un mercado relevante que puede delimitarse geográficamente en orden a su tamaño, o

conceptualmente en función del grado de sustituibilidad de la demanda y de la oferta.

Por otra parte, se crea la tasa por la tramitación de la licencia comercial específica.

Los Planes de Ordenación constituyen las herramientas de las que dispondrán las Administraciones Públicas para programar los usos comerciales del suelo y para conformar los criterios básicos de ordenación espacial y actuaciones en materia de equipamientos comerciales. Tienen como finalidad favorecer la existencia de una distribución equilibrada y un equipamiento comercial adecuado en todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura. Dichos planes podrán ser aprobados por la Junta de Extremadura de manera facultativa, condicionando y regulando las implantaciones de grandes establecimientos en Extremadura en función del balance entre la oferta y la demanda comercial que exista o se prevea en una zona determinada o en un sector específico.

La concentración de la distribución, los nuevos hábitos y formas de consumo, la apertura de fronteras y otras numerosas razones y circunstancias, dificultan enormemente la subsistencia de muchos modelos tradicionales y obligan al empresario comercial a modernizarse, a transformarse y a asumir conceptos nuevos y estructuras más eficientes.

Por ese motivo, el Título III establece una declaración de principios y objetivos de carácter general para el apoyo al pequeño comercio y que se recoge en las ayudas que, de forma estable, la Junta de Extremadura ofrece a este sector para que logre superar con éxito los retos que tiene planteados.

Se pretende impulsar, a través del desarrollo de medidas apropiadas, aquellas iniciativas de integración de pequeñas y medianas empresas comerciales, de carácter territorial o sectorial, que conduzcan a mejorar la competitividad y la eficiencia en el sector de la distribución.

La búsqueda de un equilibrio territorial en la distribución minorista requiere el establecimiento de ayudas específicas destinadas al pequeño y mediano comercio en áreas rurales y al comercio tradicional de los centros históricos.

El fomento del comercio en zonas de afluencia turística y en zonas transfronterizas se contempla como una fórmula interesante para el aprovechamiento del potencial turístico-comercial.

El Título IV crea el Consejo de Comercio, que es un órgano consultivo y de participación para la aplicación de muchos de los aspectos previstos en la presente Ley. En las decisiones que adopte el Consejo de Comercio, de carácter no vinculante, estarán presentes todos aquellos organismos, instituciones e interlocutores sociales implicados en las cuestiones a debatir.

Finalmente, el Título V recoge el Régimen Sancionador preceptivo para la aplicación de las eventuales sanciones que se deriven del incumplimiento de las disposiciones que conforman la presente Ley.

TÍTULO I

Regulación de la actividad comercial

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

SECCIÓN I. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1. *Objeto.*

1. La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial en el ámbito

de la Comunidad Autónoma de Extremadura, con el propósito de alcanzar un equilibrio entre las grandes, medianas y pequeñas empresas comerciales, mediante la ordenación y mejora de las estructuras comerciales y el diseño y aplicación de medidas de modernización, especialización y de incremento de la competencia del comercio minorista.

2. Igualmente es objeto de la presente Ley la ordenación de las relaciones entre el comercio mayorista y el minorista, así como entre éste y los consumidores, acometiendo, a tales fines, la regulación de las distintas modalidades de venta, bajo el principio constitucional de protección y defensa de los consumidores.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente Ley será de aplicación a las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura por quienes las ejerzan, o quienes actúen por cuenta de ellos.

2. Se excluyen del ámbito de esta Ley:

- a) El ejercicio de profesiones liberales.
- b) La prestación de servicios bancarios o cualquier otro tipo de intermediación financiera, así como las operaciones sobre valores mobiliarios, seguros o transportes, cualquiera que sea el medio utilizado.
- c) Los servicios de hostelería y restauración, espectáculos públicos y actividades recreativas, así como los establecimientos públicos relacionados con los mismos.
- d) Los servicios de reparación, mantenimiento y de asistencia técnica.
- e) Los suministros de agua, gas, electricidad y telecomunicaciones.
- f) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción o en los centros cooperativos de recogida de producción.
- g) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus propios talleres, ferias y mercados sectoriales.
- h) La venta o alquiler de bienes inmuebles, la constitución de derechos reales sobre los mismos o el aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico.
- i) Las ventas celebradas en pública subasta, que se regularán por su legislación estatal específica.
- j) Los contratos a venta a plazo de bienes muebles, que se regirán por su legislación estatal específica.
- k) Sin perjuicio de lo establecido en esta Ley, cualquiera otra actividad comercial que se halle regulada por su normativa específica o esté sometida a control por parte de los poderes públicos.

3. Esta Ley tiene carácter supletorio para aquellas actividades comerciales reguladas por una norma especial y sin perjuicio de la aplicación subsidiaria de la normativa estatal para casos de vacío legal.

SECCIÓN II. ACTIVIDAD COMERCIAL

Artículo 3. *Actividad comercial.*

1. A efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la consistente en situar u ofrecer en el mercado, por parte de personas físicas o jurídicas que cumplan las condiciones establecidas en el artículo 6 de esta Ley, tanto por cuenta propia como ajena, productos naturales o elaborados, independientemente de la modalidad o soporte empleado para su realización, en régimen de comercio minorista o mayorista.

2. La actividad comercial se ejerce bajo el principio de libertad de empresa en el marco de la economía de

mercado y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 38 de la Constitución.

Artículo 4. *Actividad comercial minorista.*

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial de carácter minorista aquella que tiene como destinatarios a los consumidores finales.

2. Los economatos y en general cualquier tipo de establecimiento que, de acuerdo con la legislación vigente, suministren bienes o productos exclusivamente a una colectividad de empleados, no podrán, en ningún caso, suministrarlos al público en general o, en su caso, deberán tener efectivamente diferenciadas las zonas en que se efectúe el comercio dirigido a unos y otros.

3. Las ventas al público por las entidades cooperativas u otras formas jurídicas análogas, en los casos y con los límites que autoriza la legislación vigente en la materia, se realizarán de manera convenientemente diferenciada respecto de las operaciones efectuadas con los socios, atendiendo al lugar de distribución, la identificación de los productos y otras condiciones de la transacción, sin que pueda producirse simultáneamente la oferta discriminada a los socios cooperadores y al público en general de los productos obtenidos por la entidad y de los artículos adquiridos a terceros.

Artículo 5. *Actividad comercial mayorista.*

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial de carácter mayorista el ejercicio habitual de adquisición de mercancías y su venta al por mayor a otros comerciantes, empresas, entidades e instituciones o artesanos para su transformación o incorporación a sus respectivos procesos productivos, no siendo éstos consumidores finales.

2. El ejercicio de la actividad comercial mayorista de manera simultánea al minorista, dentro de un mismo establecimiento comercial, estará sometido a los preceptos de aplicación previstos en esta Ley para el comercio minorista, salvo que se realicen ambas actividades comerciales de forma inequívocamente diferenciada.

Artículo 6. *Ejercicio de la actividad comercial.*

1. Aquellas personas, físicas o jurídicas, que pretendan ejercer la actividad comercial definida en esta Ley deberán cumplir los siguientes requisitos:

a) Gozar de capacidad jurídica para el ejercicio del comercio de acuerdo con la normativa civil y mercantil del Estado.

b) Satisfacer los tributos que, para el ejercicio de la actividad comercial de que se trate, establezca cualquier Administración Pública.

c) Estar dados de alta en el régimen de la Seguridad Social que les corresponda.

d) Disponer de las autorizaciones municipales correspondientes, que han de estar expuestas en el lugar donde se lleve a cabo la actividad comercial, conforme disponga esta Ley.

e) Cumplir los requisitos establecidos por las reglamentaciones específicas que sean de aplicación a los productos dispuestos a la venta.

f) Estar inscritos en los Registros que para determinadas actividades sean exigibles con arreglo a lo preceptuado en esta Ley.

2. La Junta de Extremadura podrá someter a autorización administrativa otros supuestos relacionados con la actividad comercial, oído el Consejo de Comercio de Extremadura.

CAPÍTULO II

Registros

Artículo 7. *Creación de Registros.*

1. La Junta de Extremadura, a través de la Consejería competente en materia de comercio, llevará a cabo los estudios y trabajos de campo necesarios a fin de disponer los datos precisos para el conocimiento y valoración de las estructuras comerciales minoristas y mayoristas y de las actividades comerciales que se desarrollan en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. Con estos mismos fines, la Junta de Extremadura establecerá y mantendrá los siguientes Registros:

Registro de Franquiciadores.

Registro de Comerciantes Ambulantes.

Registro de Empresas de Venta a Distancia.

Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial.

Artículo 8. *Registro de Franquiciadores.*

1. Aquellas empresas que, teniendo su domicilio social en Extremadura, pretendan desarrollar la actividad de cesión de franquicias tanto fuera como dentro de ésta, deberán estar inscritas en el Registro de Franquiciadores de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. El Registro de Franquiciadores de la Comunidad Autónoma de Extremadura tiene carácter público y naturaleza administrativa y la inscripción en el mismo será obligatoria y gratuita.

Artículo 9. *Registro de Empresas de Venta a Distancia.*

1. Se crea el Registro de Empresas de Venta a Distancia de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. En este Registro deberán inscribirse, con carácter previo al ejercicio de la actividad, las personas físicas o jurídicas que, teniendo su domicilio social en Extremadura, pretendan realizar esta modalidad de venta, tanto fuera como dentro de la Comunidad Autónoma.

3. El Registro de Empresas de Venta a Distancia de la Comunidad Autónoma de Extremadura tendrá carácter público y naturaleza administrativa y la inscripción en el mismo será obligatoria y gratuita.

4. Reglamentariamente se establecerán los requisitos para la solicitud y concesión de la inscripción, así como las actividades inscribibles y demás normas precisas para la implantación y desarrollo del Registro.

Artículo 10. *Registro de Comerciantes Ambulantes.*

1. Se crea el Registro de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. La inscripción en el Registro conllevará la emisión del carné profesional de comerciante ambulante de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

3. El Registro de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad Autónoma de Extremadura tendrá carácter público y naturaleza administrativa y la inscripción en el mismo será obligatoria y gratuita.

4. Reglamentariamente se establecerán los requisitos para la solicitud y concesión de la inscripción y demás normas precisas para su implantación y desarrollo.

Artículo 11. Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial.

1. Se crea el Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. Podrán inscribirse en este Registro las asociaciones sin fines de lucro, legalmente constituidas, que agrupen un número mínimo de empresas de comercio minorista y desarrollen funciones de representación, defensa y promoción de la pequeña y mediana empresa comercial, y cuya actividad se desarrolle y su domicilio social se encuentre dentro del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

3. El Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial de la Comunidad Autónoma de Extremadura tendrá carácter público y naturaleza administrativa y la inscripción en el mismo será voluntaria y gratuita.

4. La inscripción será considerada condición imprescindible para que las asociaciones accedan a cualquier convocatoria de ayudas o programas específicos desarrollados por la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

5. Reglamentariamente se establecerán los requisitos para la solicitud y concesión de la inscripción y demás normas precisas para su implantación y desarrollo.

CAPÍTULO III**Ventas especiales****Artículo 12. Ventas a distancia.**

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del vendedor y del comprador, transmitiéndose la oferta del primero y la aceptación del segundo a través de cualquier medio de comunicación a distancia.

2. En particular, estarán incluidas en este concepto las ventas por teléfono, por correspondencia, ya sean mediante envío postal, por catálogo, a través de impresos o por anuncios en prensa y las ventas ofertadas por televisión, así como las realizadas por medios electrónicos, conforme a lo señalado en el artículo siguiente.

3. A los efectos de esta Ley no tendrán la consideración de venta a distancia:

- a) La venta automática.
- b) Los contratos celebrados con los operadores de comunicaciones que tengan por objeto la utilización de teléfonos públicos.
- c) Los contratos celebrados para la construcción y venta de bienes inmuebles y aquellos que se refieran a otros derechos relativos a bienes inmuebles.
- d) Los contratos celebrados en subastas.

4. Todas las ofertas de venta a distancia incluirán:

- a) La identidad del vendedor, el domicilio del mismo, el número de inscripción en el Registro de Empresas de Venta a Distancia y cualquier dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.
- b) El producto que se ofrece, una descripción del mismo con todos los datos sobre su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso que facilite su identificación.
- c) El precio total a satisfacer, diferenciando el precio de venta de los impuestos aplicables, y, en su caso, los gastos de envío, así como el plazo de validez de la oferta y el sistema de reembolso o pago.
- d) El coste de la utilización del medio de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.

e) El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto objeto de la transacción, desde el momento de la recepción del pedido.

f) Las modalidades de aplicación del derecho de desistimiento con arreglo a las condiciones establecidas con carácter general.

5. Antes de la ejecución del contrato de venta a distancia, el comprador deberá haber recibido información escrita de los datos referidos en el apartado anterior.

6. Las ofertas realizadas en esta modalidad de venta vincularán al oferente durante el plazo establecido en la misma, perfeccionándose el contrato desde que el comprador conteste aceptando la oferta.

7. Lo dispuesto en los apartados 4 y 5 de este artículo no será de aplicación a los contratos de suministro de productos alimenticios, de bebidas o de otros bienes del hogar de consumo corriente entregados en el domicilio del consumidor, en su residencia o en su lugar de trabajo.

8. Para el ejercicio de la venta a distancia se requerirán, además de los requisitos generales para ejercer la actividad comercial, los siguientes:

a) Estar inscrito en el Registro de Empresas de Venta a Distancia previsto en la presente Ley, cuando, quienes pretendan realizar esta modalidad de venta, tanto fuera como dentro de la Comunidad Autónoma, sean personas físicas o jurídicas que tengan su domicilio social en Extremadura.

b) Llevar y tener a disposición de las autoridades competentes una relación actualizada de los productos que se comercializan y de las ofertas, así como de los centros de distribución y de recepción de pedidos.

c) Tener los almacenes donde se encuentren los productos en las debidas condiciones según lo establecido en la legislación vigente.

Artículo 13. Comercio electrónico.

1. Se considera comercio electrónico la modalidad de venta a distancia basada en la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones.

2. Las comunicaciones que, dentro del ámbito de aplicación de esta Ley, se realicen a través de un medio electrónico deberán identificarse claramente como comerciales.

3. Las empresas inscritas en el Registro de Empresas de Venta a Distancia previsto en esta Ley, que ejerzan la actividad de comercio electrónico:

a) Deberán disponer de los sistemas adecuados para que el comprador pueda almacenar y reproducir los datos relativos a las condiciones aplicables a la transacción comercial.

b) Deberán disponer los medios técnicos para identificar y corregir los errores de introducción de datos antes de efectuar el pedido, así como para comunicarle la aceptación de éste.

c) Deberán acreditar que disponen de sistemas apropiados para registrar a los titulares de cuentas de correo electrónico que no deseen recibir comunicaciones comerciales.

4. Las ventas celebradas por vía electrónica tendrán plena validez y sus efectos serán los mismos que los previstos con carácter general para la modalidad de venta a distancia, sin perjuicio de lo establecido en la normativa estatal sobre contratación telefónica o electrónica con condiciones generales de contratación.

Artículo 14. *Venta no sedentaria o ambulante.*

1. 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 y en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda.

2. Corresponderá a los Ayuntamientos, conforme establezca su propia normativa, la delimitación de los emplazamientos autorizados para el ejercicio de la actividad de venta ambulante.

3. Para el ejercicio de la venta ambulante se requerirán, además de los requisitos generales para ejercer la actividad comercial, los siguientes:

a) Estar inscrito en el Registro de Comerciantes Ambulantes previsto en la presente Ley.

b) Tener en vigor el carné profesional de comerciante ambulante.

c) Poseer la preceptiva autorización municipal.

4. Sin perjuicio del cumplimiento de otras condiciones que puedan exigir los Ayuntamientos en su ámbito competencial, no será de aplicación lo previsto en el apartado anterior a las siguientes modalidades de venta ambulante:

a) Las realizadas excepcional y puntualmente en recintos o espacios reservados para la celebración de las ferias y fiestas populares.

b) La venta ocasional de objetos usados, de productos de la artesanía, de flores, plantas y animales y de otros productos, siempre que sea realizada de forma no profesional.

c) La realizada en lugares de la vía pública, en puestos de carácter ocasional, permitidos únicamente durante la temporada propia del producto comercializado o en aquellos que sean admitidos con carácter excepcional.

5. Corresponderá a cada Ayuntamiento la autorización para el ejercicio de la venta ambulante dentro de su término municipal, que se otorgará a solicitud de los interesados y que deberá contener, en todo caso, los siguientes extremos:

a) Identificación de la persona física o jurídica titular de la actividad, así como su domicilio.

b) Número, fecha de expedición y período de vigencia del carné de comerciante ambulante.

c) Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.

d) Ubicación precisa del puesto con su correspondiente identificación numérica, superficie ocupada y tipo de puesto o instalación comercial que vaya a instalarse.

e) Los lugares, días y horas en las que puede desarrollarse la venta ambulante.

6. La autorización municipal se otorgará, previo pago de la tasa correspondiente, por un período de un año, pudiendo ser revocada, previa audiencia del interesado, por incumplimiento de las normas contenidas en la presente Ley y en los Reglamentos u Ordenanzas municipales.

7. Podrá ser renovada por idénticos períodos, con arreglo a los mismos términos en que fue otorgada inicialmente. No obstante, la renovación de la autorización municipal estará supeditada a la vigencia del carné profesional durante la totalidad del período que se renueva.

8. Con arreglo a la normativa de régimen local reguladora de esta actividad comercial, los Ayuntamientos ejercerán las funciones de vigilancia, control e inspección

de esta modalidad de venta y, en particular, sobre los siguientes extremos:

a) Comprobación del origen e identidad de los productos comercializados.

b) Condiciones higiénico-sanitarias de los artículos puestos a la venta.

c) Cumplimiento de la normativa sobre precios, etiquetado, presentación y publicidad de los productos.

d) Seguridad del recinto y otros aspectos relacionados con policía de mercados.

e) Régimen de autorizaciones.

Todo ello, sin perjuicio de las facultades en orden a la inspección y sanción que corresponden a la Consejería con competencia en materia de comercio.

Artículo 15. *Venta domiciliaria.*

1. Se considera venta domiciliaria la realizada con presencia física del comprador y del vendedor, o de los empleados o agentes de éste, en el domicilio del comprador, en su residencia, en lugares de ocio o reunión o en su lugar de trabajo.

2. Tendrán igualmente la consideración de venta domiciliaria, las denominadas «ventas en reunión» de un grupo de personas convocadas por una de ellas o por el propio vendedor.

3. No se considera venta a domicilio la entrega de productos o mercancías previamente adquiridos en establecimientos comerciales.

4. El vendedor deberá mostrar al comprador la documentación que acredite su condición, identificando la empresa que representa y los productos que está autorizado a ofrecer.

5. La publicidad de la oferta que deberá ser entregada al consumidor incluirá:

a) La identificación y domicilio de la empresa.

b) El producto que se ofrece, una descripción del mismo con todos los datos sobre su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso que facilite su identificación.

c) El precio total a satisfacer, diferenciando el precio de venta de los impuestos aplicables, y, en su caso, los gastos de envío, así como el plazo de validez de la oferta y el sistema de reembolso o pago.

6. Sin perjuicio de lo anterior, de acuerdo con lo establecido en la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles, el contrato u oferta contractual deberá especificar en caracteres destacados e inmediatamente encima del lugar reservado para la firma del consumidor, una referencia clara y precisa al derecho de éste a revocar el consentimiento otorgado y a los requisitos y consecuencias de su ejercicio, en especial, que puede ejercitarse hasta pasados siete días desde la recepción, que no es necesario alegar causa alguna y que no está sujeta a forma alguna, incumbiendo la prueba de la existencia del contrato al consumidor.

Artículo 16. *Venta automática.*

1. Se considera venta automática aquella en la que se pone a disposición del consumidor el producto para que éste lo adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

2. Las personas físicas o jurídicas que pretendan ejercer la actividad de venta automática deberán solicitar la preceptiva autorización al órgano competente en materia de comercio.

3. Para la concesión de esta autorización se exigirá, además del cumplimiento de los requisitos generales para ejercer la actividad comercial, los siguientes:

a) Llevar y tener a disposición de las autoridades competentes una relación actualizada de los productos que se comercializan.

b) Identificar la dirección donde se atenderán las posibles reclamaciones de los compradores.

c) Disponer de la licencia municipal en caso de que la máquina expendedora se sitúe en la vía pública.

4. Las máquinas expendedoras deberán reunir los requisitos que reglamentariamente se determinen y, en todo caso, los siguientes:

a) Estar homologadas por la autoridad administrativa competente por razón de la materia.

b) Contener un sistema automático de recuperación de monedas para los supuestos de error, inexistencia de mercancías, falta de cambio en monedas de otros valores o mal funcionamiento de la máquina.

c) Llevar claramente expuesto:

El nombre o razón social y domicilio del empresario a quien pertenezcan, así como el número de teléfono al que, en supuestos de avería o reclamación, se puede llamar.

Llevar claramente expuesto el producto o servicio que se ofrece y el precio exacto de éste, así como los tipos de monedas que admiten para la obtención de aquéllos e indicación de si devuelve cambio.

Exponer claramente las instrucciones para la obtención del producto.

5. La venta de productos alimenticios sólo se permitirá cuando éstos se hallen envasados y etiquetados según la normativa vigente.

6. Las máquinas automáticas expendedoras de tabaco y bebidas alcohólicas deberán reunir, además, los requisitos establecidos en las normas que al respecto haya dictado la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de drogodependencias y venta y publicidad de bebidas alcohólicas.

CAPÍTULO IV

Modalidades de ventas

SECCIÓN I. VENTAS PROMOCIONALES

Artículo 17. *Concepto.*

1. Se considera como venta promocional la actividad comercial de oferta y realización de venta en condiciones más ventajosas para los compradores que las habituales.

2. Tendrán la consideración de ventas promocionales, las ventas en rebaja, ventas en liquidación, ventas de saldos, ventas en promoción limitada en número, ventas con obsequio y ventas a precio reducido.

Artículo 18. *Requisitos generales.*

1. Los productos ofertados en cualquiera de las modalidades de venta en promoción deberán tener las mismas características, salvo lo que se establece en esta Ley en la modalidad de venta de saldo y someterse a las mismas condiciones contractuales, en especial, en lo referente a los medios de pago, que las existentes con anterioridad al período de vigencia de la actividad promocional. No obstante, de no admitirse algún medio de pago durante el período de promoción, deberá publicitarse expresamente esta circunstancia con idénticas

dimensiones y en el mismo lugar en el que se anunciara la aceptación de los diversos medios de pago.

2. Las ventas promocionales deberán ir precedidas o acompañadas de información al comprador que, como mínimo, contendrá el producto objeto de promoción, sus características, el precio y las fechas de inicio y término de la oferta.

3. El comerciante deberá disponer de existencias suficientes de los productos ofertados para satisfacer la demanda previsible, salvo que se trate de una venta en liquidación, de saldos o de una promoción limitada en número.

En las restantes modalidades de ventas en promoción, si las existencias de alguno de los productos ofertados llegaran a agotarse durante ésta, el comerciante, a demanda del comprador, deberá efectuar la reserva del producto seleccionado en las mismas condiciones imperantes en la oferta. Transcurridos dos meses desde la reserva, si el producto no estuviera aún disponible, deberá ser sustituido por otros de similares características.

Sólo en el caso de venta en promoción limitada en número podrá restringirse el número de unidades del producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador.

4. Cuando la venta promocional no comprenda, al menos, la mitad de los productos 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.

5. Siempre que exista coincidencia entre la puesta a disposición del comprador de productos en promoción y de productos fuera de ésta, deberán figurar perfectamente separados e identificados. Igualmente, si dentro de un mismo establecimiento, existen productos ofertados bajo las distintas modalidades de venta en promoción reguladas en la presente Ley, deberán diferenciarse claramente aquellos que se encuentran incluidos bajo una u otra modalidad.

6. Con carácter anual, la Consejería competente en materia de comercio, conjugando los intereses de los comerciantes y de los consumidores y oído el Consejo de Comercio de Extremadura previsto en la presente Ley, podrá establecer otras condiciones particulares para el ejercicio de las ventas promocionales, en especial, en relación al período de tiempo que deba transcurrir entre la realización de una y otra actividad promocional.

Artículo 19. *Información del precio de promoción.*

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.

2. Se considera precio anterior el existente el día inmediatamente anterior al de inicio del período promocional, siempre que se haya mantenido invariable, al menos, con treinta días de antelación a esta fecha.

3. En el caso de productos alimenticios perecederos, el precio anterior será el aplicado el día inmediatamente anterior al de inicio del período promocional.

4. En el caso de que el producto en promoción sea puesto a la venta por primera vez, junto al precio de oferta figurará el precio futuro, entendiéndose por tal el precio existente el día inmediatamente posterior al de finalización de la promoción, siempre que el mismo se mantenga, al menos, durante los treinta días siguientes a esta fecha.

5. Cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto homogéneo de artículos bastará con el anuncio genérico de éste, sin necesidad de que conste el precio reducido en cada artículo ofertado, siempre que queden manifiestamente claro los productos incluidos en la oferta.

Artículo 20. *Venta en rebajas.*

1. Se considera venta en rebajas aquella en la que los comerciantes ofrecen, en el mismo establecimiento en el que ejercen habitualmente su actividad comercial, una reducción de precios en sus productos.

2. Los productos o servicios ofrecidos en venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad, y durante el plazo mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas, no podrán estar deteriorados, ni haber sido adquiridos específicamente con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

3. Las ventas en rebajas sólo podrán realizarse en el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura en dos temporadas anuales, una iniciada a principios de año y la otra coincidiendo con el período estival de vacaciones.

4. Anualmente, la Consejería competente en materia de comercio, oído el Consejo de Comercio previsto en la presente Ley, determinará los dos períodos concretos en que puedan realizarse las ventas en rebajas, sin que ninguno de ellos pueda exceder de dos meses. Dentro de éstos, cada comerciante, con una duración mínima no inferior a una semana, podrá fijar libremente la extensión de las mismas.

5. Las rebajas podrán ser anunciadas con siete días de antelación como máximo. Las fechas de rebajas deberán exhibirse al público en los establecimientos comerciales en sitio visible, incluso cuando permanezcan cerrados.

Artículo 21. *Venta de saldos.*

1. Se consideran ventas de saldos, de acuerdo con la normativa del Estado sobre la materia, aquellas que tienen por objeto productos cuyo valor de mercado se encuentra manifiestamente disminuido como consecuencia de su deterioro, desperfecto, desuso, obsolescencia, pérdida de actualidad o cualesquiera otras circunstancias que afecten a su naturaleza o a su utilidad, no pudiendo consistir en la venta de productos que impliquen riesgo de cualquier naturaleza, fraude o engaño al comprador, ni la de aquellos que no se vendan realmente por precio inferior al habitual.

2. Los comerciantes podrán realizar esta actividad de forma permanente u ocasional. En este último supuesto, los productos ofertados deberán haber formado parte de las existencias del vendedor durante un período de tiempo no inferior a seis meses.

3. Únicamente los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como tales.

4. La publicidad de las ventas de saldos deberá ir acompañada de información suficiente sobre las concretas circunstancias que la motivan.

Artículo 22. *Venta en liquidación.*

1. Se entiende por venta en liquidación, de conformidad con la normativa estatal al respecto, aquella de carácter excepcional y finalidad extintiva realizada por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél, en la que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

a) El cese total o parcial de la actividad comercial, indicando en el segundo caso la clase de mercancías objeto de la liquidación.

b) El cambio de la actividad, orientación o estructura del negocio.

c) Cambio de local o reforma del mismo que conlleve cierre temporal o definitivo del establecimiento.

d) En el supuesto de caso fortuito o fuerza mayor que impida el ejercicio normal de la actividad comercial.

e) La ejecución de una resolución judicial, arbitral o administrativa de la que se derive cualquiera de las circunstancias anteriores.

2. La venta en liquidación habrá de realizarse en el mismo establecimiento en que los productos hayan sido habitualmente objeto de venta, salvo en caso de fuerza mayor y de cierre inminente del local. En todo caso, esta modalidad de venta se deberá cesar cuando lo hagan las circunstancias que la justifican conforme al apartado 1 de este artículo.

3. La venta en liquidación se limitará a los artículos que formen parte de las existencias del establecimiento, incluso los que estuviesen en su poder en estimación o pedidos anteriores que esté obligado a recibir. En todo caso, los productos en liquidación no podrán haber sido adquiridos por el comerciante con esa finalidad.

4. La venta en liquidación deberá anunciarse con esa denominación indicando la causa de ésta.

Artículo 23. *Ventas con promoción limitada en número.*

1. Se consideran ventas con promoción limitada en número aquellas en las que se oferta a precio reducido un número limitado de uno o varios artículos, durante un período de tiempo determinado con el fin de regularizar existencias, incrementar las ventas o promocionar los productos o un determinado establecimiento.

2. No podrán realizarse ventas en promoción limitada en número con una duración inferior a un día, salvo que en tiempo inferior se agoten los productos ofertados.

3. El comerciante habrá de informar claramente sobre el número total de unidades objeto de la promoción en el establecimiento comercial y deberá tener en existencias la cantidad de artículos anunciada en la oferta.

Artículo 24. *Ventas con precio reducido.*

1. Se consideran ventas con precio reducido aquellas en las que los productos se ofrecen a un precio inferior al precio anterior exigido por el comerciante, ya sea a través de un determinado descuento porcentual o de una reducción directa sobre el mismo, con el fin de regularizar existencias, incrementar las ventas, promocionar sus productos o un determinado establecimiento.

2. En el caso de que la promoción sea presentada mediante la entrega de dos o más unidades de producto por un precio global inferior al que correspondiera, antes de la reducción del precio, al número total de unidades incluidas en la oferta, el comerciante estará obligado a anunciar el precio anterior y el precio reducido por unidad de producto.

3. Asimismo, cuando se trate de una oferta conjunta incluida dentro de los supuestos autorizados por el artículo 34 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, deberá figurar el precio de cada uno de los productos que integran dicha oferta.

Artículo 25. *Venta con obsequio.*

1. Se consideran ventas con obsequio aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados productos.

Cuando se trate de la celebración de un sorteo será de aplicación lo dispuesto en el artículo 15 de la Ley 6/1998, de 18 de junio, del Juego de Extremadura.

2. Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, serán de estricto cumplimiento por

quien hace la venta y deberán constar en el envoltorio o envase de que se trate o, en su defecto, constar en acta notarial con anterioridad al inicio de la promoción, siendo obligatoria la publicación de los ganadores en un medio de difusión apropiado al ámbito de la promoción.

Si el alcance de la promoción superase el ámbito local o el provincial, la relación de los ganadores deberá ser publicitada en un medio de comunicación provincial o regional, respectivamente. Estarán exoneradas de este deber aquellas promociones que superen el ámbito regional, que se regularán por la normativa estatal correspondiente.

3. Cuando un comerciante comunique a un comprador que ha sido favorecido por sorteo con un premio, no podrá condicionar directa o indirectamente su entrega a la compra de otros productos. Además, dicho premio deberá entregarse al beneficiario en un plazo de tres meses, a contar desde que éste reúna los requisitos exigidos en las bases de la promoción.

SECCIÓN II. VENTAS PROHIBIDAS

Artículo 26. *Venta con pérdida.*

1. Queda expresamente prohibida la oferta y realización de venta con pérdida en el ámbito de aplicación de esta Ley sin perjuicio de las excepciones que establezca la normativa estatal sobre la materia.

2. Existirá venta con pérdida cuando un producto es ofrecido a un precio inferior al de compra, o bien al de reposición si éste fuera más bajo que el primero.

3. Se entiende por precio de compra o de reposición para el comerciante, el que resulta de deducir del precio unitario de factura los descuentos hechos por el proveedor y añadir los impuestos aplicables al producto objeto de venta, siempre que todas esas cantidades figuren en la factura.

4. Si el que vende al consumidor es el mismo fabricante, o si se trata de evaluar la prestación de un servicio complementario de la venta, el precio equivalente al de compra será el coste de fabricación.

5. Las reducciones del precio de adquisición o de reposición que no estén en la factura o que representen contraprestaciones por determinados servicios prestados por los detallistas no formarán parte del precio unitario de factura.

6. Las facturas deberán estar en poder de los comerciantes antes de que se cumplan treinta días desde la fecha de entrega y recepción de la mercancía.

7. No se tendrán en consideración las modificaciones de las condiciones de venta realizadas mediante facturas rectificadas.

No obstante lo anterior, el comerciante podrá reparar la factura original en un plazo de tiempo no superior a veinticinco días desde su remisión. En tal caso, el emisor dispondrá de un plazo de diez días más para la subsanación y remisión de la factura rectificada.

8. Lo previsto en el presente artículo no será de aplicación a las ventas de saldos y ventas en liquidación, así como a los productos perecederos próximos a su inutilización.

Artículo 27. *Venta en pirámide.*

1. Queda expresamente prohibida la venta en pirámide.

2. Se considera venta en pirámide cualquier tipo de venta en la que se ofrece a los compradores productos a precio reducido, o incluso gratuitos, a condición de que éstos consigan directa o indirectamente otros compradores o un determinado volumen de venta.

CAPÍTULO V

Horarios comerciales

SECCIÓN I. ESTABLECIMIENTOS CON RÉGIMEN GENERAL DE HORARIOS

Artículo 28. *Horario en días laborables.*

1. El horario global dentro del cual los establecimientos comerciales minoristas establecidos en Extremadura podrán desarrollar su actividad, durante los días laborables de la semana, no podrá exceder de setenta y dos horas.

2. El horario diario, incluso en domingos y festivos autorizados, no podrá exceder de doce horas.

3. El horario de apertura y cierre será libremente acordado por cada comerciante respetando, en todo caso, los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral.

Artículo 29. *Publicidad de horarios.*

En todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información del calendario laboral y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando estén cerrados.

Artículo 30. *Actividad en domingos y festivos.*

1. Los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial minorista en la Comunidad Autónoma de Extremadura, salvo los expresamente autorizados anualmente por la Consejería competente en materia de comercio, oído el Consejo de Comercio de Extremadura previsto en la presente Ley. Quedan exceptuados, pudiendo realizar actividad comercial en domingos y festivos, los establecimientos comerciales indicados en el artículo 31.

2. No obstante lo anterior, en cada municipio de la Comunidad Autónoma los establecimientos comerciales minoristas podrán permanecer abiertos al público en sus dos fiestas locales determinadas, para cada año, por el Calendario Laboral Oficial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

3. Las Corporaciones Locales, por acuerdo de Pleno y previa notificación a la Consejería competente en materia de comercio, antes del 31 de diciembre del año anterior, podrán sustituir, a los efectos de lo previsto en este artículo, a su criterio y conveniencia, las dos fiestas locales por otros dos domingos o días festivos.

SECCIÓN II. ESTABLECIMIENTOS EXCEPTUADOS DEL RÉGIMEN GENERAL DE HORARIOS

Artículo 31. *Establecimientos con libertad horaria.*

1. Tendrán plena libertad para establecer los días y horas en que permanecerán abiertos al público, los establecimientos comerciales de la región extremeña dedicados a:

a) La venta de pastelería, repostería, pan y platos preparados, prensa, combustibles y carburantes y floristería y plantas, así como los instalados en puestos fronterizos de la región, en las estaciones de transporte terrestre y en los aeropuertos.

b) La venta exclusiva de productos culturales, entendiéndose como tales los libros en soporte escrito o informático, la música de cualquier formato, periódicos, revistas, instrumentos musicales, cintas de vídeo, sellos,

monedas, medallas conmemorativas, billetes para coleccionistas, artículos de dibujo y bellas artes, obras de arte, antigüedades, recuerdos y de artesanía popular, así como todos aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales.

2. También tendrán plena libertad horaria, las tiendas de conveniencia, entendiéndose como tales aquellas que, con una extensión útil no superior a 500 metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos y vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.

En todo caso, la oferta alimentaria no podrá representar más del 40 por 100 del surtido, medido en número de referencia, ni ocupar más del 35 por 100 de espacio de venta medido en metros lineales, debiendo limitar la venta de bebidas alcohólicas a lo dispuesto en el artículo 34.

Artículo 32. *Zonas de afluencia turística.*

1. Tendrán la consideración de zonas de afluencia turística, a los efectos de esta Ley, los núcleos de población, independientemente de su adscripción municipal, en los que, en determinados períodos del año, la media ponderada de la población sea significativamente superior al número de residentes o en los que tenga lugar una gran afluencia de visitantes por motivos turísticos.

2. En estas zonas, los establecimientos comerciales minoristas con una superficie de venta no superior a 500 metros cuadrados, tendrán plena libertad de apertura al público.

3. La determinación de una zona de afluencia turística se llevará a cabo a petición del Ayuntamiento directamente afectado, tras acuerdo del Pleno, a propuesta de las asociaciones de comerciantes de la zona, oído el Consejo de Comercio de Extremadura y la Consejería competente en materia de turismo.

Artículo 33. *Limitación de apertura a los grupos de distribución.*

1. El régimen exceptuado contemplado en el apartado 1 del artículo 31 no será de aplicación a los establecimientos comerciales pertenecientes a grupos de distribución.

2. A efectos de esta Ley, se considera que pertenecen a un grupo de distribución los establecimientos comerciales que se hallen en alguna de las siguientes circunstancias:

a) Que sean propiedad de empresas que se encuentren respecto a otras en cualquiera de las situaciones de dominio o dependencia que enumeran el artículo 42 del Código de Comercio y el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

b) Que sean propiedad de empresas que operen bajo una unidad de decisión y gestión y obliguen a desarrollar una estrategia comercial conjunta bajo una enseña común, ya sea en régimen directo o franquiciado.

3. No obstante, los establecimientos comerciales pertenecientes a empresas o grupos de empresas que se encuentren en el supuesto establecido en la letra b) del apartado 2 del presente artículo, podrán asimilarse a los que disfrutan de plena libertad horaria, cuando su cifra de negocios no supere una cantidad que se determinará reglamentariamente.

SECCIÓN III. ESTABLECIMIENTOS CON VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Artículo 34. *Limitación de venta de bebidas alcohólicas.*

Los establecimientos comerciales que incluyan en su oferta bebidas alcohólicas, con independencia del tiempo que se hallen abiertos al público, no podrán expender este tipo de bebidas, en todo caso, desde las veintidós hasta las siete horas del día siguiente.

Esta prohibición se entenderá extendida a la venta o suministro de bebidas alcohólicas a través de máquinas automáticas que cumplan con lo establecido en la Ley 4/1997, de 10 de abril, de medidas de prevención y control de venta y publicidad de bebidas alcohólicas para los menores de edad.

TÍTULO II

Ordenación de las estructuras comerciales

CAPÍTULO I

Los equipamientos y establecimientos comerciales

Artículo 35. *Definiciones.*

A los efectos previstos en la presente Ley se entenderá por:

1. Equipamiento comercial: La dotación, considerada de manera individual o colectiva, integrada básicamente por establecimientos comerciales, mercados y mercadillos donde se realice una actividad comercial mayorista o minorista.

2. Equipamiento comercial colectivo: El conjunto de establecimientos comerciales integrados en un edificio o complejo de edificios delimitados por un único recinto con elementos urbanísticos comunes, en los que se ejercen actividades de forma empresarial independiente, compartiendo para ello una imagen, una gestión y/o unos servicios comunes.

3. Establecimientos comerciales: Los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, cubiertas o sin cubrir, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma continuada o en días o temporadas determinadas.

4. Grandes superficies comerciales: Los establecimientos donde se desarrollen actividades comerciales minoristas, polivalentes o especializados, que dispongan de una superficie de venta igual o superior a:

a) 2.000 metros cuadrados, en localidades con una población superior a 50.000 habitantes.

b) 1.500 metros cuadrados, en localidades con una población comprendida entre 10.000 y 50.000 habitantes.

c) 750 metros cuadrados, en localidades con una población inferior a 10.000 habitantes.

5. Grandes superficies comerciales polivalentes: Las grandes superficies comerciales que distribuyen su oferta en un surtido variado de productos, fundamentalmente de carácter alimentario y del hogar.

6. Grandes superficies comerciales especializadas: Las grandes superficies comerciales especializadas en el equipamiento de las personas, deportes, equipamiento del hogar y de oficinas, así como los dedicados a la venta de automóviles y demás vehículos, maquinaria, materiales para la construcción y artículos de saneamiento, muebles y accesorios, artículos de ferretería, centros de jardinería y otros sectores específicos.

7. Superficie de venta: La superficie total de las áreas o locales donde se exponen los productos con carácter habitual y permanente, o los destinados a tal finalidad con carácter eventual o periódico, estén cubiertos o no, y a los que pueden acceder normalmente el público, incluyendo los escaparates y los espacios ocupados por expositores y mostradores, cajas, pasillos y accesos, excepto los aparcamientos.

Artículo 36. *Ordenación de las estructuras comerciales.*

Los instrumentos para la ordenación de las estructuras comerciales en la Comunidad Autónoma de Extremadura son la licencia comercial específica y los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales.

CAPÍTULO II

La licencia comercial específica

Artículo 37. *Supuestos de exigencia.*

1. La implantación en el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura de grandes superficies comerciales, conforme a la definición establecida en el artículo 35, estará sometida a la exigencia de una licencia comercial específica, que deberá haber obtenido previamente a su apertura e inicio de actividad, tras haber obtenido la licencia municipal correspondiente.

2. Será igualmente exigible la licencia comercial específica en los casos de ampliación de la superficie de venta efectuada en un establecimiento comercial que supere, antes o después de la ampliación, el límite establecido para su consideración como gran superficie comercial.

3. Igualmente será exigible la licencia comercial específica, aunque ya se dispusiera de ella, en los siguientes supuestos:

- a) Traslado de la gran superficie comercial.
- b) Cambio de actividad o de uso comercial.
- c) Cambio de titularidad del explotador.
- d) Cambio de titularidad del promotor antes del inicio de la actividad para la cual se obtuvo.

4. Estarán también sometidos a la exigencia previa de la licencia comercial específica los equipamientos comerciales colectivos, sin perjuicio de la que también sea exigible a los establecimientos comerciales que en él se integren y que alcancen los límites para su consideración de gran superficie comercial.

5. Quedan excluidas expresamente de la exigencia de la licencia comercial específica, los establecimientos en los que se ejerza exclusivamente actividad comercial mayorista, tal como se define en el artículo 5 de esta Ley, así como los mercados de abastos y mercadillos.

Artículo 38. *Solicitud de la licencia comercial específica.*

1. El promotor de una gran superficie comercial o de un equipamiento comercial colectivo sometido a la exigencia de una licencia específica, deberá presentar la solicitud ante el órgano responsable de la Consejería competente en materia de comercio, adjuntando la documentación que se exija reglamentariamente.

2. En el caso de que la licencia comercial vaya a ser utilizada por una persona jurídica distinta al promotor, éste deberá indicar en la solicitud las condiciones de explotación, identificando la empresa o empresas que van a explotar la superficie comercial objeto de la licencia.

3. La solicitud de otorgamiento de la licencia comercial específica y la documentación técnica y administrativa será sometida a una evaluación de la incidencia y efectos sobre el comercio establecido en el ámbito territorial y/o sectorial afectados, considerando el nivel y las características del equipamiento comercial preexistente en él.

4. Asimismo, el otorgamiento de la licencia comercial específica para grandes superficies comerciales requerirá el informe preceptivo y no vinculante del Tribunal de Defensa de la Competencia, conforme a lo establecido en el artículo 6.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, oído el Consejo de Comercio de Extremadura.

5. En todo caso, para la concesión de la licencia comercial específica se tendrán en cuenta las directrices emanadas de los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales que estuvieran aprobados y en vigor, en el ámbito territorial y/o sectorial de que se trate.

CAPÍTULO III

Planes de ordenación de equipamientos comerciales

Artículo 39. *Objeto y ámbito.*

1. La Junta de Extremadura podrá establecer Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales con el objeto de regular la implantación de los establecimientos comerciales minoristas en función de las necesidades de consumo y de compra de la población extremeña y a fin de alcanzar un adecuado nivel de equipamiento comercial y una distribución equilibrada en todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. Los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales serán los instrumentos que dispondrán las Administraciones públicas para programar los usos comerciales del suelo y conformarán los criterios básicos de ordenación espacial, así como las orientaciones para proyectar las actuaciones directas en materia de equipamientos comerciales, pero no alterarán la ordenación territorial aplicable ni el planeamiento urbanístico vigente en cada municipio.

No obstante, las innovaciones en los planos de ordenación del planeamiento previstas en la Ley 15/2001, de 14 de diciembre, deberán ser compatibles con los límites establecidos en los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales, siempre que la legislación urbanística lo permita.

3. Los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales tendrán un ámbito territorial y/o sectorial determinado y se articularán basándose en el conocimiento de la oferta comercial disponible y la demanda comercial previsible, y en la evaluación del balance comercial que se obtenga.

4. En su elaboración serán también tenidos en cuenta los flujos estacionales de la población, los desplazamientos transfronterizos y las afluencias turísticas, así como las posiciones de dominio de mercado.

5. La Consejería competente en materia de comercio determinará las entidades geográficas y/o el ámbito sectorial que podrán ser objeto de los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales.

Artículo 40. *Aprobación y vigencia.*

1. Los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales serán aprobados por el Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura, a propuesta de la Consejería competente en materia de comercio y previo informe preceptivo de la Comisión Regional de Urbanismo y Orde-

nación del Territorio, oído el Consejo de Comercio de Extremadura.

2. Los Planes de Ordenación de Equipamientos Comerciales tendrán una vigencia indefinida y serán revisados cada cuatro años, sin perjuicio de otras revisiones parciales que hubieran de realizarse en respuesta a modificaciones en la composición y tipología de la oferta comercial o a la evolución de los hábitos de compra de los consumidores.

Artículo 41. *Áreas de saturación comercial.*

1. Si a partir del balance que se obtenga en la elaboración de un Plan de Ordenación de Equipamientos Comerciales, se dedujera la existencia, en un determinado ámbito territorial o sectorial, de un desequilibrio en el balance comercial, la Consejería competente en materia de comercio podrá declarar la entidad geográfica de que se trate como área de saturación comercial.

2. Se considerará que existe desequilibrio en el balance comercial de una entidad territorial y/o un ámbito sectorial, cuando la oferta comercial exceda el 20 por 100 de la demanda comercial.

3. La declaración de un área de saturación comercial tendrá alguno o más de los efectos siguientes, cuya determinación se resolverá por la Consejería competente en materia de comercio:

a) Suspensión del régimen de concesión de la licencia comercial específica por el período que se determine.

b) Establecimiento de límites máximos de superficie de venta sectoriales para las grandes superficies comerciales de nueva implantación.

c) Extensión del régimen de autorizaciones a otro tipo de formatos comerciales.

d) Puesta en marcha de programas de dinamización comercial para el pequeño y mediano comercio establecido en las áreas declaradas como de saturación comercial.

4. La efectividad de las medidas aprobadas no podrá tener una duración superior al tiempo máximo de revisión del Plan de Ordenación de Equipamientos Comerciales de que se trate. Podrán ser, asimismo, objeto de suspensión si a partir de una revisión del Plan se pusiera de manifiesto un nuevo equilibrio en el balance comercial, de conformidad con lo previsto en el punto 2 del presente artículo.

5. El acuerdo de declaración de área de saturación comercial será revocado expresamente por la Consejería competente en materia de comercio oído el Consejo de Comercio de Extremadura.

TÍTULO III

Fomento de la actividad comercial

Artículo 42. *Principios y objetivos.*

1. La Junta de Extremadura velará por un desarrollo armónico del comercio en el conjunto del territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura, propiciando la existencia de una distribución minorista moderna al alcance de todos los ciudadanos.

2. Para la consecución de un desarrollo equilibrado del comercio en su territorio, la Administración regional:

a) Atenderá a la mejora del comercio de proximidad en el medio rural, especialmente en zonas de baja densidad de población, y fomentará la existencia de vínculos estables entre mayoristas y detallistas independientes de estas áreas.

b) Favorecerá la recuperación de los centros históricos de las principales ciudades extremeñas a la funcionalidad comercial, así como la revitalización del comercio tradicional ligado a éstos.

3. Con objeto de conseguir una distribución minorista moderna, la Junta de Extremadura:

a) Apoyará el desarrollo, modernización y mejora del pequeño y mediano comercio, propiciando la cooperación entre ellos, la especialización, el incremento de su eficiencia, la implantación de sistemas de calidad y el fomento del asociacionismo.

b) Promoverá su adaptación continuada a los cambios e innovaciones que se produzcan en el sector de la distribución.

c) Impulsará las actividades de formación del personal al servicio de la actividad comercial.

d) Fomentará la innovación comercial, especialmente en lo referente a las nuevas tecnologías de la sociedad de la información.

TÍTULO IV

Consejo de Comercio de Extremadura

Artículo 43. *Creación y funciones.*

1. Se crea el Consejo de Comercio como órgano consultivo, de participación y asesoramiento de la Consejería competente en materia de comercio para el desarrollo de esta Ley y, particularmente, para la aplicación de aquellos preceptos en los que su participación se halle expresamente prevista.

2. También serán funciones del Consejo de Comercio la realización de propuestas tendentes al desarrollo de la actividad comercial en el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura y la promoción de iniciativas comerciales, todo ello sin perjuicio de las competencias atribuidas por Ley a las Cámaras de Comercio e Industria de Extremadura.

Artículo 44. *Composición.*

1. El Consejo de Comercio estará participado por los siguientes organismos, instituciones e interlocutores sociales:

a) La Junta de Extremadura.

b) La Administración Local, a través de la Federación de municipios y provincias de Extremadura.

c) Las empresas comerciales a través de sus organizaciones más representativas en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

d) Las Cámaras de Comercio e Industria de Extremadura.

e) Los trabajadores, a través de los sindicatos más representativos en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

f) Los consumidores, a través de sus organizaciones más representativas en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

g) Los trabajadores autónomos, a través de sus organizaciones más representativas.

2. Su régimen jurídico, composición, atribuciones, y normas de funcionamiento se determinarán reglamentariamente.

3. En todo caso, el número de miembros del Consejo no será superior a 20, de los cuales, la Junta de Extremadura nombrará al 40 por 100 del total, siendo nombrado el 60 por 100 restante equitativamente por el resto de instituciones participantes.

TÍTULO V

Régimen sancionador

CAPÍTULO I

Infracciones

Artículo 45. *Concepto y clasificación.*

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

Dichas infracciones serán objeto de sanción administrativa previa instrucción del correspondiente expediente sancionador, por el órgano competente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales o de otro orden que pudieran derivarse.

2. Las infracciones tipificadas en la presente Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

Artículo 46. *Responsabilidad.*

La responsabilidad administrativa por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ley corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de la entidad que haya cometido la infracción administrativa, cualquiera que sea su domicilio o sede social.

Artículo 47. *Infracciones leves.*

Se considerarán infracciones leves:

a) No exhibir la necesaria autorización u homologación en la forma legal o reglamentariamente establecida.

b) El incumplimiento de la obligación de información al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en lugar visible del mismo.

c) La realización de actividades comerciales en horario mayor al autorizado.

d) La venta de productos distintos a los permitidos en los establecimientos comerciales exceptuados del régimen general de horarios.

e) La venta de bebidas alcohólicas fuera del horario permitido.

f) La conducta obstruccionista a la práctica de comprobaciones e inspecciones de las autoridades o sus agentes y del personal al servicio de la Consejería con competencia en materia de comercio.

g) El suministro de información inexacta o incompleta.

h) El incumplimiento de la obligación de inscripción en los registros establecidos en esta Ley.

i) La no tenencia de hojas de reclamaciones a disposición del público, o la omisión del deber de facilitarlas a quien las solicite.

j) El incumplimiento del régimen de desistimiento establecido en el artículo 15.6 de esta norma.

k) Cualquier otra acción u omisión que resulte contraria a la presente Ley siempre que no pueda ser calificada como grave o muy grave.

Artículo 48. *Infracciones graves.*

Se considerarán infracciones graves:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y por el personal al servicio de la Consejería con competencia en materia de comercio, en el ejercicio de sus funciones de comprobación, cuando sean reiteradas o se ejerzan mediante acciones o expresiones

que lesionen la dignidad de las personas o con violencia física.

b) El incumplimiento del requerimiento sobre cese de conductas o actividades infractoras.

c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.

d) La falta de entrega por los comerciantes a los proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria en los supuestos y plazos contemplados en el artículo 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

e) Las ofertas de ventas a distancia y a domicilio sin la inclusión o suministro de los datos legalmente exigibles.

f) La realización de actividades o prácticas promocionales sin ajustarse a las prescripciones legales o calificándolas indebidamente.

g) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de la oferta.

h) Elevar durante el período de duración de la venta en promoción el precio o reducir la calidad del producto ofertado.

i) La oferta y realización de ventas con pérdida según lo previsto en esta Ley.

j) La oferta y realización de operaciones comerciales en pirámide.

k) La apertura de los establecimientos comerciales en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales para aquellos no exceptuados del régimen general de horarios definido en esta Ley.

l) El ejercicio de actividades comerciales sin disponer de la preceptiva licencia comercial específica prevista en esta Ley.

m) Las infracciones leves, cuando causen perjuicio de carácter económico.

n) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

Artículo 49. *Infracciones muy graves.*

Se considerarán infracciones muy graves:

a) Aquellas que, siendo calificadas como graves, hayan provocado un grave riesgo para la salud y seguridad de las personas, siempre que no constituyan delito, o hayan supuesto una facturación superior a 500.000 euros.

b) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 50. *Reincidencia.*

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

CAPÍTULO II

Sanciones

Artículo 51. *Medidas cautelares.*

Se podrá acordar, como medida cautelar por el órgano competente para resolver el procedimiento sancionador, a propuesta del órgano que incoe el procedimiento, mediante acuerdo motivado, y a fin de asegurar la eficacia de la resolución final que pueda recaer, la intervención de las mercancías indebidamente comercializadas con arreglo a lo preceptuado en esta Ley, así como la suspensión de la actividad comercial de que se trate, hasta la total subsanación de los defectos o el cumplimiento de los requisitos exigidos.

Artículo 52. Sanciones.

Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas con multa cuya cuantía se establecerá de acuerdo con la siguiente graduación:

- a) Las infracciones leves se sancionarán con multa de hasta 1.500 euros.
- b) Las infracciones graves, con multa desde 1.500,01 hasta 50.000 euros.
- c) Las infracciones muy graves, con multa desde 50.000,01 hasta 500.000 euros.

Artículo 53. Sanciones accesorias.

La autoridad competente para resolver el procedimiento podrá acordar en la propia resolución, como sanción accesoria a las infracciones muy graves, el decomiso de las mercancías indebidamente comercializadas y el cierre del establecimiento comercial por un período máximo de tres años.

Artículo 54. Graduación de las sanciones.

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 y reincidencia.

Artículo 55. Publicidad de las sanciones.

La autoridad que adopte la resolución del procedimiento podrá acordar, siempre que se trate de infracciones que hayan supuesto un perjuicio muy grave en los intereses de los consumidores o hayan alterado significativamente las relaciones socioeconómicas, la publicidad de las sanciones impuestas, una vez que hayan adquirido firmeza, mediante su publicación en el «Diario Oficial de Extremadura».

Artículo 56. Prescripción de las infracciones y sanciones y caducidad de las diligencias previas.

1. a) Las infracciones y sanciones reguladas en la presente Ley prescribirán 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.

b) El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse a partir de la producción del hecho sancionable o de la terminación del periodo de comisión si se trata de infracciones continuadas.

c) El plazo de prescripción de las sanciones se contará a partir del día siguiente a aquel en que adquiera firmeza la resolución sancionadora.

2. Caducará la acción para perseguir las infracciones que no hayan prescrito, cuando, conocida por la Administración la existencia de una infracción y finalizadas las diligencias previas dirigidas al esclarecimiento de los hechos, hubiera transcurrido un año sin que la autoridad competente hubiera ordenado incoar el oportuno procedimiento.

Artículo 57. Órganos competentes.

Los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones son:

- a) El Jefe de Servicio con competencias en materia de comercio, para las infracciones leves.
- b) El Director general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, para las graves cuya cuantía no supere los 25.000 euros.

c) El titular de la Consejería competente en materia de comercio, para las infracciones graves superiores a la cantidad de 25.000 euros.

d) El Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura para las infracciones muy graves y sus sanciones accesorias.

Artículo 58. Procedimiento sancionador.

El procedimiento sancionador se sustanciará conforme a lo previsto en la normativa reguladora para el ejercicio de la potestad sancionadora por la Junta de Extremadura.

CAPÍTULO III**Competencias inspectoras y procedimiento****Artículo 59. Personal de la Inspección de Comercio.**

1. El personal especializado adscrito a la Consejería competente en materia de comercio llevará a cabo la función inspectora. El personal inspector estará acreditado para ejercer esta función y tendrá la obligación de exhibir dicha acreditación en el curso de sus actuaciones.

2. En el ejercicio de las funciones inspectoras, el personal inspector será considerado autoridad pública a todos los efectos, y podrá solicitar la cooperación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, así como de cualquier otra autoridad.

3. La actuación inspectora tendrá, en todo caso, carácter confidencial, estando obligados los Inspectores, de forma estricta, a cumplir el deber de sigilo profesional.

4. Cuando ejerza las funciones inspectoras, el personal inspector tendrá total independencia, sin perjuicio de la dependencia orgánica y funcional a la autoridad administrativa.

5. El personal en funciones de inspección está facultado para tener acceso a los establecimientos y examinar las instalaciones, documentación, libros y registros preceptivos de la actividad comercial.

Artículo 60. Funciones inspectoras.

1. La Inspección adscrita a la Consejería competente en materia de comercio realizará las siguientes funciones:

a) Vigilancia y comprobación del cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias en materia de comercio.

b) Comprobación de los hechos objeto tanto de las reclamaciones y denuncias de cualquier persona física o jurídica, como de las comunicaciones de presuntas infracciones o irregularidades.

c) Asesoramiento e informe sobre cualquier materia comercial, incluso el seguimiento de la ejecución de inversiones que hayan sido objeto de ayudas públicas.

d) Cualquier otra función inspectora que legal o reglamentariamente se atribuya.

2. Los municipios, a través de sus órganos competentes, ejercerán labores de inspección en los establecimientos comerciales que se encuentren dentro de su territorio, salvo las grandes superficies comerciales a las que hace referencia la presente Ley, y sin perjuicio de la facultad de los órganos competentes en materia de comercio en orden al desarrollo de la función inspectora para vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

Artículo 61. Actuaciones de los Inspectores.

1. La Inspección de Comercio llevará a cabo su actuación mediante:

a) Visitas a los establecimientos comerciales objeto de inspección.

b) Solicitando de los responsables de las actividades comerciales que se personen en la Administración y aporten cuantos datos sean precisos para realizar la función inspectora, en los términos previstos en los artículos 39 y 40 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

c) Mediante los medios de investigación legales que considere oportunos.

2. Del resultado de cada visita de inspección, el o los funcionarios actuantes levantarán acta sobre los resultados y hechos que correspondan.

Artículo 62. Contenido de las actas.

1. Los Inspectores harán constar en las actas las circunstancias personales del inspeccionado, la identificación del Inspector actuante, la fecha y hora de visita, los datos relativos al establecimiento inspeccionado, los hechos que sirvan de base al correspondiente procedimiento sancionador, observaciones del inspeccionado, así como cualquier otra circunstancia que pudiera ser relevante. Además, se indicará que ello no supone un pronunciamiento definitivo de la Administración sobre los cargos imputados.

2. Las actas ajustadas a Derecho darán fe y estarán dotadas de presunción de certeza, en vía administrativa, de hechos constatados, salvo prueba en contrario. El titular o el representante legal de la empresa que se encuentre al frente del establecimiento o, en su caso, cualquier empleado, podrá firmar las actas. La firma de cualquiera de las personas indicadas anteriormente supondrá la notificación del acta pero no implicará la aceptación del contenido. La negativa a firmar el acta no supondrá en primer momento la paralización del ejercicio de las posibles actuaciones administrativas motivadas por el contenido de la misma. En todo caso, el acta deberá estar firmada por el Inspector actuante.

Artículo 63. Obligaciones y derechos de los inspeccionados.

1. Las personas físicas o jurídicas, o entidades sin personalidad jurídica, estarán obligadas, ya sea a través de los titulares de los establecimientos inspeccionados o, en su defecto, a través de sus empleados, a requerimiento de los órganos competentes en materia de comercio o de los Inspectores:

a) A facilitar a los servicios de inspección de comercio, el acceso a las dependencias e instalaciones y al examen de los documentos, libros y registros directamente relacionados con la vigilancia y comprobación del cumplimiento de las obligaciones legales en materia comercial. En todo caso, lo examinado tendrá carácter confidencial.

b) A suministrar toda clase de información sobre instalaciones, productos o servicios, permitiendo la directa comprobación de los Inspectores.

c) A exhibir la documentación que sirva de justificación de las transacciones efectuadas, de los precios y márgenes aplicados y de los conceptos en que se descomponen los mismos.

d) A facilitar que se obtenga copia o reproducción de la referida documentación.

e) En general, a consentir la realización de visitas de inspección y a dar toda clase de facilidades para ello.

2. Cuando a requerimiento de la Administración o espontáneamente se aporte cualquier declaración o documentación, deberá ir firmada por la persona con facultad bastante para representar a la empresa.

La falsedad, así como la constancia en dichos documentos de datos inexactos o incompletos, se sancionará de conformidad con lo previsto en la presente Ley, sin perjuicio de que, si se observase posible existencia de delito o falta, se pase el tanto de culpa a los Tribunales de Justicia.

3. Cuando del contenido de las actas levantadas por parte de la Inspección se aprecien indicios de infracción, todo lo actuado se elevará a la autoridad competente, que acordará la incoación del expediente sancionador, si lo estima precedente.

4. El incumplimiento de lo establecido en este Capítulo será sancionado conforme a lo previsto en el presente Título y demás normas aplicables en la materia.

Disposición adicional primera.

1. Se crea una tasa por la tramitación de la licencia comercial específica en la Comunidad Autónoma de Extremadura para aquellos establecimientos comerciales que la precisen.

2. El hecho imponible de esta tasa está constituido por la tramitación por parte de la Consejería de Economía, Industria y Comercio de la licencia comercial específica a la que se refiere el Capítulo II del Título II de la Ley.

3. Serán sujetos pasivos de esta tasa, las personas físicas o jurídicas promotoras de una gran superficie comercial sometida a la exigencia de licencia específica conforme establece la presente norma.

4. La base imponible será la superficie de actuación proyectada expresada en metros cuadrados, y el tipo de gravamen de esta tasa se exigirá conforme a la cuantía siguiente:

Tres euros por metro cuadrado de superficie de actuación proyectada.

El importe de la misma podrá actualizarse anualmente en la Ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

5. La tasa se devengará en el momento de la concesión de la licencia comercial específica.

6. La liquidación de la tasa se practicará por los servicios correspondientes de la Consejería de Economía, Industria y Comercio, y su pago se efectuará en la Tesorería de la Junta de Extremadura de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 10 y 11 del Decreto Legislativo 1/1992, de 9 de septiembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Tasas y Precios Públicos de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Disposición adicional segunda.

La cuantía de las sanciones establecidas en la presente Ley podrá ser actualizada periódicamente por el Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura, a propuesta de la Consejería competente en materia de comercio.

Disposición adicional tercera.

1. Se modifica el artículo 27.1 de la Ley 6/2001, de 24 de mayo, del Estatuto de los Consumidores de Extremadura, quedando redactado de la siguiente forma:

«En el ámbito de la Administración Autonómica, corresponde a los responsables de las secciones de procedimiento sancionador de la Consejería de Sanidad y Consumo, la incoación de los expedientes sancionadores por infracciones previstas en esta Ley.»

2. Se modifica el artículo 27.2.d) de la Ley 6/2001, de 24 de mayo, del Estatuto de los Consumidores de Extremadura, quedando redactado de la siguiente forma:

«El Jefe de Servicio de Consumo para la imposición de multas por infracciones leves.»

Disposición transitoria única.

Las actividades que se hallen condicionadas a la inscripción previa en alguno de los registros previstos en el artículo 7 de esta Ley estarán eximidas de esta obligación hasta tanto no se hayan constituidos dichos registros.

Disposición derogatoria única.

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango en lo que contradigan o se opongan a la presente Ley.

Disposición final primera.

Se autoriza al Consejo de Gobierno para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de la presente Ley.

Disposición final segunda.

La presente Ley entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Diario Oficial de Extremadura».

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, los preceptos contenidos en los artículos 28, 30, 31 y 32.2 del Capítulo V del Título I, relativo a los horarios comerciales, no serán de aplicación hasta tanto no se resuelva por el Tribunal Constitucional el recurso de inconstitucionalidad promovido por la Junta de Extremadura contra la norma estatal reguladora de los horarios comerciales, rigiéndose esta materia por la legislación estatal vigente.

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

Mérida, 9 de mayo de 2002.

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ IBARRA,
Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de Extremadura» número 61, de 28 de mayo)

Artículo 3.

El Consejo de Gobierno de las Illes Balears adoptará los acuerdos necesarios para conceder las subvenciones electorales que correspondan a cada partido, federación, coalición o agrupación de electores, liquidará las cantidades que, en su caso, corresponda; y exigirá el reintegro a la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears en los casos en que los anticipos concedidos superen el importe de la subvención que finalmente haya correspondido a cada grupo político.

Disposición final.

Esta Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial de las Illes Balears».

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos guarden esta Ley y que los Tribunales y las Autoridades a los que correspondan la hagan guardar.

Palma, 13 de junio de 2001.

ANTONI GARCÍAS COLL,
Consejero de Presidencia

FRANCESC ANTICH I OLIVER,
Presidente

(Publicada en el «Boletín Oficial de las Illes Balears» número 74, de 21 de junio de 2001)

13277 LEY 11/2001, de 15 de junio, de Ordenación de la Actividad Comercial en las Illes Balears.

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE LAS ILLES BALEARS

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de las Illes Balears ha aprobado y yo, en nombre del Rey, y de acuerdo con lo que se establece en el artículo 27.2 del Estatuto de Autonomía, tengo a bien promulgar la siguiente Ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

El comercio ha sido una actividad muy importante a lo largo de la historia de las Illes Balears, y no sólo ha tenido una clara influencia en la economía, sino también en la sociedad, la política y la cultura. La situación geoestratégica de las Illes en el Mediterráneo occidental propició que jugasen un papel relevante en el comercio exterior ya desde la prehistoria. Por una parte, ha habido una intensa actividad comercial exterior que ha tenido momentos de gran dinamismo y otros de fuerte regresión según las coyunturas históricas, con una dependencia clara, especialmente, del contexto económico, político y social del Mediterráneo. Por otra parte, también se ha desarrollado un comercio importante entre las diferentes islas y unos intercambios en el ámbito local mediante los cuales se comercializaban determinados productos al por menor en los mercados y puestos de venta de los pueblos. El comercio también ha reflejado, en el decurso de la historia, la evolución de la actividad económica de las Illes Balears.

En el primer milenio antes de Cristo ya se constata una intensa actividad comercial de los pobladores de las Illes. En las Pitiüses las primeras actividades comerciales se datan durante la época fenicia. En aquel momento, la sal, la producción de cerámicas, las conservas de alimentos y una joyería rudimentaria eran los principales productos de intercambio. En Mallorca y en Menorca se produjo una colonización púnica ebusitana,

incentivada por la explotación de la sal del sur de Mallorca y por el control de los excedentes agrícolas. Hacia finales del siglo V antes de Cristo surgen en Mallorca las primeras factorías costeras púnicas.

Durante la dominación romana, la pacificación y la unificación del Mediterráneo se tradujo en un impulso de los intercambios comerciales, no sólo de productos manufacturados y suntuarios, sino también de artículos de gran consumo y de primera necesidad. En aquel entonces, las costas de las Illes Balears se beneficiaron de las rutas comerciales entre Hispania y Roma y entre la Galia y el norte de África. Se exportaba sal, productos agrarios y ganaderos. Las actividades extractivas se concentraban en las salinas de las Pitiüses y del sur de Mallorca. A finales del siglo II, sin embargo, acabó la prosperidad y la paz del mundo romano, y la recesión económica que se padeció provocó una gran decadencia del comercio mediterráneo, que se agravó con la reaparición de la piratería. No obstante, a lo largo del siglo IV se reactivó la economía, y el comercio exterior se incrementó de nuevo hasta llegar a una actividad comercial considerable durante el primer cuarto del siglo V. Con ello, las Illes Balears constituían un punto de escala de mercancías, y se exportaban algunos excedentes, como la púrpura. Las relaciones comerciales con el norte de África eran muy intensas.

Durante el dominio vándalo continuaron las relaciones comerciales y los intercambios con el norte de África, que incluso se incrementaron respecto de la época anterior. La dominación bizantina supuso la conservación del espacio económico mediterráneo, y las Illes Balears continuaron como encrucijada de la navegación del Mediterráneo occidental. En la época islámica, además de los intercambios interiores, se exportaban los excedentes agrarios, ganaderos y artesanales. Eivissa continuó siendo un enclave importante para la producción de sal, lana y leña, materias destinadas básicamente a la comercialización. Durante este período, las Illes Balears tuvieron unas excelentes relaciones con las principales ciudades del norte de África.

La conquista catalana de Mallorca (1229), de Eivissa (1235) y de Menorca (1287) permitió que se mantuviera, hasta mediados del siglo XIV, un tráfico comercial intenso con Cataluña, Génova y Venecia. En este período, destacó el reinado del Rey Sancho de Mallorca, que dedicó mucha atención al comercio exterior. El tráfico de barcos y mercancías era muy relevante, y se exportaban aceite, vino, legumbres, frutos secos y paños de Mallorca; sal de Eivissa, y productos ganaderos de Menorca. En cambio, se importaban trigo del norte de África, de Cerdeña y sobre todo de Sicilia; paños y telas lujosas de Francia, Flandes, Inglaterra e Italia; vino de Calabria y Grecia; quesos de Sicilia, y lana de Barbaria. También adquirió gran relevancia la reexportación de estos productos, y los mercaderes de las Illes Balears tuvieron contactos con la totalidad de la cuenca occidental del Mediterráneo. Los flujos comerciales se extendían hacia el Mediterráneo oriental, hacia las rutas atlánticas del Mar del Norte y hacia las islas Canarias. Sin embargo, los mercaderes isleños debían afrontar la competencia de las sociedades mercantiles foráneas, muchas de las cuales tenían sucursales en Palma. La Lonja era la sede del Colegio de la Mercadería y, en el año 1326, se creó el Consolat de Mar, que actuó de tribunal en los pleitos derivados del comercio marítimo en Mallorca y de las relaciones marítimas. En la segunda mitad del siglo XIV, esta institución realizó una recopilación del derecho mercantil mediterráneo en el Llibre del Consolat de Mar.

La crisis del siglo XIV que afectó a la Corona de Aragón y el cambio de los principales ejes comerciales hacia el mar Báltico convirtieron las Illes Balears en territorio fronterizo entre el cristianismo y el islamismo. El Medi-

terráneo occidental se transformó en una zona marginal, hecho que se agravó con la actividad corsaria —que representaba una gran dificultad para el comercio— y con la conflictividad bélica de la Corona. A pesar de que la crisis fue básicamente demográfica y agraria, arrastró también a los demás sectores productivos. Así, en una economía caracterizada por la autosubsistencia, el comercio se redujo a los productos más necesarios, como el trigo. Durante parte de la baja Edad Media y de la época moderna se sufrió un déficit crónico de cereales y, en períodos de escasez, se tuvo que recorrer a las importaciones de cereales de todo el arco mediterráneo, especialmente de Sicilia.

A lo largo del siglo XVI el comercio exterior disminuyó, aunque continuó la exportación de aceite y de textiles de Mallorca, de productos ganaderos de Menorca y de sal de Eivissa. Estos productos continuaron siendo un nexo de las Illes Balears con el comercio internacional.

También deben tenerse en cuenta los intercambios interiores que se producían en cada isla. Así, los menestrales vendían al público los artículos que realizaban y, además, había tiendas de venta al por menor, donde podían adquirirse diferentes productos. Los pueblos tenían lugares determinados para la comercialización de la producción, como las plazas públicas, donde se ponían a la venta alimentos, y el granero, donde se vendía trigo. La comercialización de verduras, pescado o carne también se realizaba en determinados lugares de la villa o de la ciudad. Los mercados y las ferias —lugares donde los campesinos y los menestrales exponían sus productos— tenían también una gran importancia en el intercambio comercial.

A finales del siglo XVI, Mallorca importaba lana, cueros, lino y cera de Barbaria; trigo y azúcar de Sicilia; hierro, miel, sardinas y cerámicas de Cataluña; jarras, arroz, vino, damascos y seda de Valencia; telas finas de Marsella; queso, fideos y trigo de Cerdeña. En cambio, las exportaciones mallorquinas eran aceite, jabón, tejidos, cerámica, queso y corderina. Menorca exportaba ganado en vivo, carne salada, embutidos, tejidos, alcázaras, miel y, fundamentalmente, lana y queso. En aquel momento, funcionaba un mercado interinsular bien estructurado, y los mallorquines y menorquines compraban sal y madera a Eivissa, los menorquines e ibicencos adquirían aceite mallorquín, y los mallorquines compraban carne y ganado vivo a Menorca.

El siglo XVII fue una centuria de crisis, aun así continuó habiendo intercambios comerciales y destacó, especialmente, la exportación de productos ganaderos de Menorca. Durante el siglo XVIII, Mallorca exportaba básicamente aceite e importaba sobre todo cereales, y en este período se desarrolló una intensa actividad contrabandista entre Mallorca y Menorca. Los menorquines y los pitiusos consiguieron hacer del corso una de las actividades más rentables. A lo largo del siglo XVIII, el comercio mallorquín tuvo, entre 1704 y 1750, una primera fase de preponderancia del espacio mediterráneo, especialmente Génova y Marsella; una segunda, entre 1750 y 1780, de intercambios orientados hacia las ciudades del Atlántico norte, y una tercera, entre 1780 y 1800, de fortalecimiento de la demanda peninsular e interinsular y con la apertura del puerto de Palma al tráfico legal con las colonias americanas.

En el siglo XIX, fueron relevantes las exportaciones del sector alimenticio, principalmente la producción de harina, aceite y aguardiente. En Mallorca también adquirió importancia la elaboración de jabón, y en Menorca se expandió la fabricación de zapatos que se exportaban sobre todo a Cuba. Al mismo tiempo, se establecieron líneas marítimas regulares, tanto interinsulares como entre las Illes Balears y la Península. También se crearon muchas sociedades mercantiles y, desde 1875, la red

ferroviaria favoreció los intercambios entre la ciudad y el resto de la isla y permitió el desarrollo económico de los pueblos, ya que aproximó los productos agrícolas a Palma, que era el principal centro consumidor y puerto exportador. Hasta 1891 también tuvo importancia la exportación de vino y de aguardiente hacia Francia, pero la llegada de la filoxera acabó con las viñas mallorquinas.

El primer tercio del siglo XX supuso el final de una expansión económica tradicional y el declive del comercio internacional. Fue una etapa caracterizada por la pérdida de las colonias españolas de ultramar y por la coyuntura provocada por la Primera Guerra Mundial, unos años que estimularon la demanda exterior y una cierta euforia económica que acabó al finalizar la guerra. Después de la Guerra Civil, el comercio se vio afectado por el aislamiento y la política autárquica, que solamente posibilitó la exportación de ciertas manufacturas, como el textil y el calzado. Sin embargo, desde el decenio de 1950 existió un esfuerzo para salir de la autarquía e iniciar una apertura económica, que acabó consolidando el comercio peninsular.

En la segunda mitad del siglo XX, el comercio minorista y mayorista —con gran diversificación— ha tenido un crecimiento muy importante a partir de las necesidades del turismo, del aumento de la población y de los cambios de hábitos de consumo de los ciudadanos de las Illes Balears. Además de los establecimientos comerciales estáticos, hay un comercio itinerante e intermitente, que realiza mercados y ferias en los diferentes municipios de las Illes Balears.

II

En las últimas décadas, las transformaciones en la realidad económica, territorial y social de las Illes Balears han sido especialmente intensas. La base económica ha cambiado radicalmente y ha quedado constituida principalmente por el sector turístico. La población residente ha experimentado un crecimiento incesante y ha llegado casi a duplicarse en los últimos treinta y cinco años. Por su parte, el territorio, a pesar de tratarse de un recurso limitado, ha sufrido grandes cambios y convulsiones, fruto de la ocupación de la costa por numerosos núcleos turísticos y, en general, por un desarrollo urbanístico desmesurado.

Todo ello ha tenido una incidencia directa en el sector comercial, que ha crecido en mayor proporción que otros sectores, y ha aumentado de esta manera su importancia relativa en el producto interior bruto de las Illes Balears. Así, el comercio ha pasado de suponer un 9 por 100 del producto interior bruto en los años ochenta, a generar un 15 por 100 a principios de los noventa. En la actualidad, aglutina el 2,7 por 100 de la población activa, lo que supone, aproximadamente, 45.000 puestos de trabajo.

Las transformaciones señaladas han desembocado paralelamente en la conformación de un espacio económico más homogéneo y reducido. Cada una de las islas principales se ha convertido, a estos efectos, en un único sistema urbano, de manera que el mercado potencial de gran parte de las empresas de este sector se extiende más allá del barrio o de la ciudad para llegar prácticamente a la totalidad del ámbito insular respectivo.

La evolución ha sido especialmente significativa en relación con una buena parte del comercio minorista, y ha estado influida notablemente por la incidencia de los procesos de concentración del comercio de alimentación, la aparición de las cadenas y agrupaciones comerciales, la consolidación de los hipermercados y la instalación de grandes superficies de venta. Si a ello se le añade la introducción de nuevos sistemas de venta

telemática o a domicilio, que eluden los costos de establecimiento del comercio tradicional, puede concluirse que la supervivencia del pequeño comercio, seriamente amenazada, pasa seguramente por una buena adaptación al entorno inmediato y por un alto grado de especialización.

III

El ordenamiento jurídico no ha considerado históricamente este sector económico de una manera completa y general debido, sin duda, a la complejidad y diversidad, tanto de los objetos de regulación como de los intereses en presencia. La Ley estatal 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, estableció por primera vez las líneas maestras que ordenan, con carácter general, la acción de los poderes públicos en relación con la materia, delimitando, junto con otras disposiciones, el campo de intervención normativa que pueden ocupar las Comunidades Autónomas. En el marco de la libertad de empresa, la regulación estatal en materia de comercio interior se fundamenta, principalmente, en la competencia sobre la legislación civil y mercantil, recogida en los apartados 6 y 8 del artículo 149.1 de la Constitución, así como en la competencia para fijar las bases y la coordinación de la planificación general de la economía, que recoge el número 13 del mismo artículo.

La atribución a las Illes Balears de la competencia en materia de comercio interior tiene su origen en el artículo 1 de la Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la Ordenación del Comercio Minorista. Posteriormente, la Ley Orgánica 3/1999, de 8 de enero, de Reforma del Estatuto, materializó, entre las competencias exclusivas de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, en su artículo 10.38, la de «comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y la legislación sobre defensa de la competencia». Esta habilitación estatutaria, junto con las referidas a la ordenación y planificación de la actividad económica de las Illes Balears (artículo 11.8), y a la defensa de los consumidores y usuarios (artículo 11.9), permite a nuestras instituciones diseñar en buena medida una política propia de ordenación del comercio y, en consecuencia, establecer una regulación sustantiva adaptada a las características peculiares de la estructura económica, social y territorial de las Illes Balears.

IV

El ejercicio de las competencias autonómicas en materias de relevancia económica se ve afectado sin duda por las circunstancias del hecho insular, que tienen una consideración expresa en el artículo 138 de la Constitución. El hecho diferencial que supone la configuración geográfica de nuestra Comunidad Autónoma no puede ser ignorado, por tanto, por los legisladores estatal y autonómico a la hora de conformar normativamente el comercio interior como ámbito determinado de la acción pública.

Por esta razón, la presente Ley fundamenta su contenido en la necesidad de dar respuestas adecuadas a las exigencias de la realidad que pretende ordenar. Atendiendo el parecer mayoritario de los representantes de este sector, la Ley aprovecha al máximo el ámbito de actuación que le confiere la norma estatutaria para establecer determinadas prescripciones y limitaciones que se justifican por las particularidades de la realidad balear, entre las que ocupan un lugar destacado la homogeneidad del espacio económico de cada isla, la preponderancia creciente de las grandes empresas comerciales

que hace peligrar la competencia, la singularidad de los comercios de zonas turísticas o la necesidad de preservar los valores inherentes a la existencia de un pequeño comercio que cumple, entre otras funciones, la de mantener los hábitos tradicionales de consumo y la de asegurar la vitalidad de los núcleos urbanos.

La trascendencia del hecho insular ha empezado a ser valorada, afortunadamente, por las Cortes Generales. Un ejemplo a destacar lo constituye la Ley 6/1998, de 13 de abril, sobre Régimen del Suelo y Valoraciones, que considera el factor de la insularidad en relación con la legislación urbanística, y permite el establecimiento de criterios complementarios para la clasificación del suelo en atención a la singularidad de los territorios insulares. En esta misma línea, la Ley estatal 30/1998, de Régimen Especial de las Illes Balears, trata de paliar, corregir y compensar el conjunto de desventajas que genera el hecho insular, particularmente importante en numerosos ámbitos como el transporte, las comunicaciones y las condiciones de abastecimiento de materias primas.

V

La ordenación de los horarios comerciales es, en principio, un tema pacífico desde el prisma competencial, ya que resulta claramente enmarcable en el campo del comercio interior. Es, por tanto, una competencia de las Comunidades Autónomas (SSTC 225/1993, de 8 de julio, FJ 2, y 228/1993, de 9 de julio, FJ 2).

La única cuestión polémica que se plantea al respecto es determinar si el Estado, amparándose en su competencia sobre la dirección y ordenación general de la economía recogida en el artículo 149.1.13 de la Constitución, puede penetrar en la fijación de los días y horas hábiles para el ejercicio del comercio.

Por todas, la STC 228/1993, de 9 de julio, FJ 2, lo ha explicado con todo detalle cuando analiza el artículo 5 del Real Decreto-ley 2/1985, sobre medidas de política económica, que establecía un régimen de libertad de horarios para los locales comerciales: «Las medidas contenidas en el Real Decreto-ley 2/1985, persiguen, en su conjunto, un objetivo de política económica que inspira también, específicamente, la concreta medida sobre la libertad de horarios comerciales del artículo 5.1, el cual tiene, sin duda, un carácter básico y alcanza, por lo mismo, aplicabilidad en todo el territorio del Estado, aunque ello implique la consiguiente reducción de las competencias normativas asumidas por las Comunidades Autónomas en materia de comercio interior».

La competencia autonómica sobre horarios comerciales está sujeta, por tanto, a posibles desplazamientos, que no invasiones que la dejen sin contenido, procedentes del Estado.

El Consejo Consultivo de las Illes Balears, en el Dictamen 63/2000, de 8 de agosto, proclama, que en la medida en que la Ley 2/1996, de 15 de enero, se ha incorporado al bloque de la constitucionalidad, el artículo 43 del Real Decreto 6/2000, de 23 de junio, lo podría vulnerar y, en consecuencia, ser recurrible ante el Tribunal Constitucional. Ha sido en esta línea que el Consejo de Gobierno de las Illes Balears ha interpuesto el correspondiente recurso de inconstitucionalidad contra el citado precepto, por lo que nos encontramos al día de hoy pendientes de la resolución del intérprete supremo de la Constitución.

Excepto en los supuestos excluidos del horario general, los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial, excepto los autorizados expresamente por el Gobierno de las Illes Balears.

El Consejero titular de la materia de comercio es el órgano competente para autorizar anualmente la actividad comercial en domingos y festivos, previa audiencia de las asociaciones de comerciantes, de consumidores y usuarios y sindicales reconocidas legalmente.

VI

La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial, así como la ordenación y mejora de las estructuras comerciales en las Illes Balears, y ha sido redactada después de un amplio debate con todos los agentes sociales que intervienen en la actividad comercial.

Esta Ley no incide en las condiciones esenciales del ejercicio de la libertad de empresa, por lo cual el artículo 149.1.1.^a de la Constitución no supone, en este caso, un límite competencial del alcance legislativo de las Illes Balears. Existe una doctrina consolidada del Tribunal Constitucional sobre el contenido de la libertad de empresa y la posibilidad de su incidencia por el legislador; a este respecto es significativa la sentencia 227/1993, en cuyo fundamento jurídico cuarto se proclama: «... la libertad de empresa, junto a su dimensión subjetiva, tiene otra objetiva e institucional, en cuanto elemento de un determinado sistema económico, y se ejerce dentro de un marco general configurado por las reglas, tanto estatales como autonómicas, que ordenan la economía de mercado... La libertad de empresa, en definitiva, no ampara entre sus contenidos —ni en nuestro ordenamiento ni en otros semejantes— un derecho incondicionado a la libre instalación de cualesquiera establecimientos comerciales en cualquier espacio y sin sometimiento alguno al cumplimiento de requisitos y condiciones, haciendo caso omiso de las distintas normativas —estatales y autonómicas, locales— que disciplinan múltiples aspectos de relevancia económica como, entre otros, el comercio interior y la ordenación del territorio».

Se destaca, pues, la dimensión institucional de la libertad de empresa, como elemento de un sistema económico determinado, lo que significa que esta libertad debe servir al funcionamiento de este sistema, integrándose armónicamente en la configuración general del sistema.

Esta dimensión institucional de la libertad de empresa influye en la determinación del alcance de su dimensión como derecho subjetivo, en el sentido de que éste debe modularse en la medida necesaria para garantizarla; modulación ésta que opera tanto en la determinación del contenido esencial de este derecho como en la regulación de su ejercicio, que debe incluirse en el marco de la configuración normativa del sistema económico de las Illes Balears.

En consecuencia, el legislador de las Illes Balears, respetando el contenido esencial de la libertad de empresa, tiene un importante margen de acción para modular el ejercicio de esta libertad cuando regula los diversos aspectos del sistema económico, entre los cuales se halla el comercio.

VII

El contenido y la estructura de la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial en las Illes Balears responden al planteamiento expuesto. El título I, dedicado a las disposiciones de carácter general, delimita con claridad qué tipos de actividad comercial quedan sometidos a la Ley. Además, se establecen determinadas prohibiciones y restricciones al comercio que se justifican por razones de defensa de la competencia en el ámbito económico balear. También se incluyen reglas destinadas a proteger los derechos lingüísticos de los consumidores en el sector del comercio.

En el título II se exponen las directrices que deben presidir la actividad administrativa de fomento de la actividad comercial de las empresas, y se hace una referencia especial al principio de participación. En el título III se crea el Consejo Asesor del Comercio de las Illes Balears como órgano consultivo del Gobierno en esta materia.

La definición de los conceptos de establecimiento comercial y de gran establecimiento comercial constituyen el objeto del título IV, junto con el régimen autorizatorio que la misma Ley establece. La intervención autonómica mediante una licencia comercial específica, cuyo otorgamiento va ligado al establecimiento de una tasa, queda limitada a las grandes empresas comerciales y tiene su fundamento principal en la necesidad de salvaguardar el equilibrio deseable en la competencia y la protección de los intereses generales de carácter supramunicipal.

En el título V se regula el régimen de los horarios de los establecimientos comerciales, determinándose el número máximo de horas semanales de apertura, el horario diario y su publicidad, así como la actividad en domingos y festivos. En el desarrollo y la modulación del régimen establecido por la normativa estatal, el legislador ha querido tener en cuenta las características especiales que presenta el comercio interior en las Illes Balears, las cuales no pueden desvincularse del hecho insular y de las aspiraciones legítimas de preservación del comercio tradicional fuera de las zonas turísticas.

La evolución y el dinamismo de las diversas modalidades de venta hacen necesario abordar su regulación para evitar perjuicios a los consumidores. En este aspecto, el texto de la Ley intenta desarrollar y completar la legislación estatal vigente, a la vez que incluye, en sus títulos VI y VII, determinadas particularidades en relación con las actividades de ventas en promoción y ventas especiales.

En el título VIII se crea y regula, en sus aspectos básicos, el Registro General de Comercio de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears. En el título IX de la Ley se regulan separadamente la función inspectora y el régimen sancionador. En este título, además de tenerse en cuenta las infracciones que recoge la normativa estatal, se añaden aquellas otras que vienen exigidas por el establecimiento de los deberes que impone la nueva regulación.

Finalmente, la Ley, en su título X, se ocupa de los equipamientos comerciales, estableciendo prescripciones relativas tanto a los instrumentos de ordenación del territorio como a los planes urbanísticos, con el objeto de facilitar la planificación y la ordenación de las estructuras comerciales y de dar una mayor coherencia a las políticas de las Administraciones Públicas competentes.

TÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Esta Ley tiene por objeto la ordenación de la actividad comercial en las Illes Balears, y la ordenación y mejora de sus estructuras comerciales.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. Esta Ley es aplicable a las actividades comerciales realizadas en las Illes Balears.

2. También es aplicable, con carácter supletorio, a las actividades comerciales que estén regidas por su normativa específica.

3. Están excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley las siguientes actividades:

a) La venta realizada por fabricantes, en su propio recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción, a no ser que se dirijan a consumidores finales.

b) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción, o en los centros cooperativos de recogida de producción, así como la de árboles, flores y plantas producidas en viveros, plantales o invernaderos.

c) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus talleres de producción.

Artículo 3. *Actividad comercial.*

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la consistente en situar u ofrecer en el mercado productos naturales o elaborados, por cuenta propia o ajena, mediante personas físicas o jurídicas, así como los servicios que de ella se deriven, independientemente de la modalidad o del soporte usado para su realización, tanto si se lleva a cabo en régimen de comercio al por mayor o al detalle.

2. La actividad comercial se ejercerá bajo los principios de libertad de empresa, de defensa de los consumidores y usuarios, de los derechos de los trabajadores, de la libre competencia y en el marco de la economía de mercado, de acuerdo con lo que disponen el artículo 38 de la Constitución y las leyes.

Artículo 4. *Actividad comercial al detalle.*

1. Se entiende por actividad comercial al detalle, a los efectos de esta Ley, la adquisición de mercancías y su venta al consumidor final, así como también la prestación al público de determinados servicios que constituyan un acto de comercio.

2. También se entiende por actividad comercial al detalle la oferta a los usuarios de servicios financieros, de obsequios o regalos como pago de intereses, y de financiación para la adquisición de un bien o de un producto concreto puesto a disposición del consumidor por la misma entidad financiera.

Artículo 5. *Actividad comercial al por mayor.*

Se entiende por actividad comercial al por mayor, a los efectos de esta Ley, la que tiene como destinatario a otros comerciantes, industriales, empresas, entidades e instituciones que no sean consumidores finales.

Artículo 6. *Calificación de la actividad comercial.*

1. No se modificarán las calificaciones de actividad comercial al por mayor o al detalle señaladas en los artículos anteriores en aquellos supuestos en que las mercancías estén sometidas a procesos de elaboración, manipulación, transformación, congelación y descongelación, tratamiento o acondicionamiento que sean usuales en el comercio.

2. Tienen carácter de actividad al por mayor o al detalle, según el caso, las transacciones de productos propios de las actividades extractivas, agropecuarias, fabriles o artesanales.

Artículo 7. *Prohibiciones y restricciones al comercio.*

1. No podrán ejercer el comercio, además de las personas físicas y jurídicas a las que les esté específicamente prohibido por la normativa vigente, los empre-

sarios individuales o sociales, a los que la normativa especial de la actividad que desarrollan les exija dedicación exclusiva.

2. Se prohíbe expresamente la exposición y venta de mercancías al comprador, así como la remisión o entrega de catálogos, folletos o publicidad de las mismas, cuando provengan 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 operaciones de análoga naturaleza, adheridas a la oferta comercial de la mercancía, de tal manera que una no pudiese hacerse efectiva sin la otra.

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

3. Se prohíbe la venta ambulante o no sedentaria en establecimientos turísticos. Reglamentariamente se determinarán los supuestos especiales y, de manera excepcional, podrán realizarse actos o exhibiciones comerciales en que pueda haber transacciones directas de bienes o productos autóctonos de las Illes Balears, para los cuales deberá disponerse de la autorización de la Consejería competente en materia de comercio.

4. En las Illes Balears no se pueden vender bebidas alcohólicas de más de 18 grados centesimales en establecimientos comerciales, incluidas las tiendas de conveniencia, ni en las tiendas anexas a las gasolineras, a partir de las veinticuatro horas y hasta las ocho horas del día siguiente.

Artículo 8. *Derechos lingüísticos de los consumidores.*

1. En los establecimientos regulados en esta Ley, los consumidores tienen derecho a ser atendidos en alguna de las lenguas oficiales de las Illes Balears, y no podrán ser discriminados o atendidos incorrectamente por razón de la lengua oficial que usen.

2. En los establecimientos al detalle que disponen de una plantilla laboral de más de tres trabajadores, los consumidores tienen, además, el derecho de ser atendidos en la lengua oficial de las Illes Balears que elijan.

3. La señalización y los carteles de información general de carácter fijo y los documentos de oferta de servicios para los consumidores de los establecimientos abiertos al público deben ser redactados, al menos, en catalán. Esta norma no se aplica a las marcas, a los nombres comerciales y a los rótulos amparados por la legislación de la propiedad industrial.

En los términos que reglamentariamente se determinen, los establecimientos comerciales informarán a los consumidores de sus derechos lingüísticos mediante la colocación de los correspondientes anuncios.

4. Las Administraciones competentes promoverán el uso progresivo de la lengua catalana en las actividades comerciales, así como también en los rótulos, símbolos y distintivos de los establecimientos comerciales de las Illes Balears.

TÍTULO II

Del fomento de la actividad comercial

Artículo 9. *Principios de actuación de los poderes públicos.*

1. La Administración de la Comunidad Autónoma debe promover el desarrollo armónico y la modernización de la actividad comercial con el objetivo final de incrementar la capacidad de competencia de las empresas y de garantizar una ocupación laboral estable en este sector.

2. A los efectos de lo que prevé el punto anterior, los órganos competentes establecerán periódicamente programas de incentivos y ayudas, dirigidos prioritariamente a:

- a) La modernización de las técnicas y de los medios de comercialización.
- b) La racionalización y la reducción de los costes del proceso de distribución.
- c) La formación de agrupaciones o de unidades integradas entre empresas de comercio.
- d) La organización de enseñanzas profesionales a los que se dedican o deban dedicarse a la actividad comercial, en coordinación con las Consejerías competentes en materia de educación y formación.
- e) La realización de estudios e investigaciones tendentes a un mejor conocimiento de las estructuras y de los procesos de comercialización.
- f) La rectificación de las deficiencias de infraestructura comercial.
- g) La asistencia técnica para la empresa comercial.
- h) La promoción de un comercio justo con los países pobres, coadyuvando al equilibrio norte-sur.
- i) La creación, conjuntamente con las entidades locales y los Consejos Insulares, de polígonos de servicios al objeto de facilitar al mercado el suelo apto para almacenes y centros de distribución comercial.

3. El Gobierno de las Illes Balears promoverá la igualdad de oportunidades y favorecerá la formación técnica y profesional de los comerciantes y trabajadores de este sector, y podrá establecer, mediante disposiciones normativas, los requisitos de homologación y de calificación técnica o de experiencia necesarios para el ejercicio de una determinada actividad comercial o de servicios.

Artículo 10. *Otras acciones de fomento.*

1. Los poderes públicos de las Illes Balears, en el ámbito respectivo de competencias, impulsarán el asociacionismo de los comerciantes y su adecuada participación ante las Administraciones Públicas.

2. Sin perjuicio de lo que dispone la legislación de defensa de los consumidores y usuarios, las Administraciones competentes fomentarán el arbitraje como instrumento de solución de los conflictos derivados de la actividad comercial.

TÍTULO III

Del Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears

Artículo 11. *Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears.*

1. Se crea el Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears como órgano consultivo del Gobierno en las materias reguladas en esta Ley.

2. Son funciones de este órgano:

- a) Emitir informe, a solicitud del Gobierno, en los procedimientos de elaboración de proyectos de Ley y de disposiciones reglamentarias que afecten sustancialmente al régimen de la actividad comercial.
- b) Emitir su opinión, a solicitud de 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.
- c) Emitir informe preceptivo en el procedimiento de concesión de licencia de gran establecimiento comercial.

d) Proponer medidas de fomento de la actividad comercial, así como estudiar y evaluar las que hayan de ser aprobadas por la Administración de la Comunidad Autónoma.

e) 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 Asesor de Comercio de las Illes Balears serán determinados reglamentariamente, si bien se tendrá en cuenta que el número máximo de miembros no debe ser superior a 15 y que habrá representación de los agentes económicos y sociales, así como de los consumidores y de las Administraciones territoriales de las Illes Balears.

TÍTULO IV

Régimen administrativo de los establecimientos comerciales

CAPÍTULO I

Concepto y categorías

Artículo 12. *Concepto de establecimiento comercial.*

1. Tienen la consideración de establecimientos comerciales, en el marco de lo que dispone el artículo 334 del Código Civil, los locales y las construcciones o instalaciones ubicados en el suelo de manera fija y permanente, cubiertos o sin cubrir, exentos o no, exteriores o interiores de una edificación, con o sin escaparates, donde se ejercen regularmente actividades comerciales de venta de productos al por mayor o al detalle, o de prestación de servicios de esta naturaleza al público, como también cualesquiera otros recintos acotados que reciban aquella calificación en virtud de disposición legal o reglamentaria.

2. Los establecimientos comerciales podrán tener carácter individual o colectivo. Los de carácter colectivo estarán integrados por un conjunto de puntos de venta instalados en el interior de un mismo recinto o edificación, en los que se ejercerán las actividades de forma empresarialmente independiente.

3. Se entenderá por superficie útil para la exposición y venta de artículos todo el espacio habitualmente accesible al público, así como el ocupado por escaparates, vitrinas y expositores.

No se computará como superficie de venta la destinada a aparcamiento situada al aire libre o bajo tierra, ni los lugares exteriores en los cuales no se expongan productos para venderlos, ni tampoco el espacio anterior a las cajas registradoras, las zonas de almacenamiento no accesibles al público, las de manipulación y las de servicios e infraestructuras relacionados con la actividad de comercio.

Artículo 13. *Concepto de gran establecimiento comercial.*

1. A los efectos de esta Ley, tienen la consideración de gran establecimiento comercial los establecimientos a que hace referencia el artículo anterior, excepto los dedicados a la venta de vehículos a motor, cuando sean explotados por empresas en las que concurra alguna de las siguientes características:

- a) Que tengan más de 250 trabajadores.
- b) Que tengan un volumen de negocio anual superior a 40.000.000 de euros o un balance general superior a 27.000.000 de euros.
- c) Que, si se trata de sociedades mercantiles, estén participadas en un 25 por 100 o más de su capital por

empresas incluidas en alguna de las letras anteriores, excepto cuando se trate de sociedades de capital riesgo o de entidades públicas, siempre que no dispongan de una posición mayoritaria en los órganos de administración y dirección de la sociedad.

2. La construcción, instalación y apertura de los grandes establecimientos comerciales está sometida al régimen autorizador previsto en el artículo 15 de esta Ley.

Artículo 14. *Contención de la superficie de venta de los establecimientos comerciales.*

1. Las Administraciones competentes no podrán autorizar la realización de obras de instalación o ampliación, ni la apertura de establecimientos comerciales que puedan disponer de una superficie útil para la exposición y la venta superior a:

- a) 250 metros cuadrados, en los municipios de hasta 3.000 habitantes.
- b) 400 metros cuadrados, en los municipios de entre 3.001 y 10.000 habitantes.
- c) 600 metros cuadrados, en los municipios de entre 10.001 y 20.000 habitantes.
- d) 800 metros cuadrados, en los municipios de más de 20.000 habitantes.
- e) 1.300 metros cuadrados, en el municipio de Palma.

2. Las limitaciones establecidas en el punto anterior no se aplican a las licencias relativas a los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la exposición y venta de las siguientes mercancías:

- a) Vehículos a motor.
- b) Embarcaciones.
- c) Materiales de construcción.
- d) Muebles.
- e) Mobiliario y elementos propios de cocina y baño.

CAPÍTULO II

La licencia autonómica de gran establecimiento comercial

Artículo 15. *Procedimiento de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial.*

1. La construcción de las edificaciones destinadas a establecimientos del tipo gran establecimiento comercial requerirá la licencia de la Consejería competente en materia de comercio, con carácter previo a la solicitud de la licencia municipal de instalación de la actividad correspondiente.

2. Lo que se dispone en el punto anterior se aplicará tanto a edificaciones de nueva planta como a la ampliación o al cambio de uso de las existentes. A estos efectos, se entiende por ampliación toda variación que determine un aumento de la superficie de venta.

3. En el caso de grandes establecimientos comerciales individuales, deberá solicitar la licencia autonómica la empresa que deba explotar la actividad comercial concreta, antes de las licencias municipales de instalación y de edificación y uso del suelo.

4. En el caso de establecimientos comerciales de carácter colectivo que tengan la consideración de gran establecimiento comercial, según lo que se dispone en el artículo 13 de esta Ley, y que globalmente no superen las dimensiones establecidas en el artículo 14.1 anterior, esta licencia autonómica será solicitada por el promotor antes de las licencias municipales de instalación y de edificación y uso del suelo.

5. Para el otorgamiento o la denegación de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial el

órgano competente ha de ponderar especialmente la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado al ámbito territorial afectado por el nuevo establecimiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquél. Asimismo, se tendrá en cuenta la incidencia negativa que pueda generar sobre el pequeño comercio existente.

6. Al objeto de dotar de la máxima transparencia al mercado, en los casos de transmisión de algún gran establecimiento comercial o de las acciones o participaciones de las sociedades, directa o indirectamente titulares de aquél, cuando de conformidad con el artículo 42 del Código de Comercio se tenga la obligación de consolidar cuentas, será preceptivo dirigir, por parte del adquirente, comunicación a la Consejería competente en materia de comercio, en el plazo de cuarenta días, a contar desde la transmisión, poniendo de manifiesto esta circunstancia. La misma obligación concurrirá en los casos de implantación, modificación de la actividad y ampliación de comercios al detalle explotados en régimen de franquicia, cuando el franquiciador sea titular de alguna licencia autonómica de gran establecimiento comercial o reúna alguno de los requisitos del artículo 13 de esta Ley.

7. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 11.2.c) de esta Ley, en el procedimiento de concesión de licencias de gran establecimiento comercial se solicitará también informe del órgano que tuviese asignado el control y la garantía de la defensa de la competencia.

Artículo 16. *Supuestos de nulidad.*

Serán nulas de pleno derecho las licencias municipales de instalación y las licencias de edificación y uso del suelo para la construcción o modificación de las edificaciones destinadas a establecimientos tipo gran establecimiento comercial que se otorguen sin la licencia previa de la Consejería competente en materia de comercio o en contra de sus determinaciones.

Artículo 17. *Tasa por licencia de gran establecimiento comercial.*

El procedimiento de resolución sobre la licencia autonómica de implantación, ampliación o cambio de actividad de gran establecimiento comercial dará lugar a la exacción de una tasa.

TÍTULO V

Horarios comerciales

Artículo 18. *Horarios en días laborales.*

1. Cada comerciante, tanto al por mayor como al detalle, determinará el horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales, así como los días en que ha de desarrollar su actividad, con un máximo de setenta y dos horas semanales, sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral.

2. El horario diario no podrá exceder de doce horas.

Artículo 19. *Publicidad de horarios.*

En todos los establecimientos comerciales debe figurar la información del calendario diario de apertura y de cierre en un lugar visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando el establecimiento esté cerrado. El texto de esta información debe constar, al menos, en catalán.

Artículo 20. Actividad en domingos y festivos.

1. Los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial, excepto los expresamente autorizados por el Gobierno de las Illes Balears.

2. El Consejero titular de la materia de comercio es el órgano competente para autorizar anualmente, mediante Orden, la actividad comercial en domingos y festivos, previa audiencia de las asociaciones de comerciantes, de consumidores y de usuarios y sindicales legalmente reconocidas.

Artículo 21. Supuestos excluidos del horario general.

1. Las limitaciones establecidas en los artículos anteriores de este título no serán de aplicación:

a) A los establecimientos comerciales cuya oferta habitual esté predominantemente constituida por venta de pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, flores y plantas, y a las denominadas tiendas de conveniencia; así como tampoco a los instalados en estaciones, puertos, aeropuertos y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo, y a los situados dentro de los establecimientos hoteleros.

Se entenderá que existe oferta habitual predominante, a los efectos de lo establecido en el apartado anterior, cuando el número de las referencias autorizadas supere en más de un 50 por 100 a las no autorizadas.

Los domingos o festivos no podrán venderse otros artículos que no sean aquellos que hayan justificado, en su caso, la consideración de establecimiento con libertad de apertura los días festivos.

b) A los establecimientos comerciales situados en zonas de gran afluencia turística, de acuerdo con lo establecido en el siguiente artículo. En todo caso, los grandes establecimientos comerciales sólo podrán abrir los domingos y festivos hasta las dieciséis horas.

c) A los mercados y mercadillos de venta ambulante autorizados por los Ayuntamientos y a los establecimientos de su entorno inmediato, debidamente delimitado por la correspondiente entidad local.

2. Se entienden por tiendas de conveniencia las que, con una superficie útil de venta no superior a 500 metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, de forma similar, entre los siguientes productos: Libros, prensa y revistas, productos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y productos diversos.

Artículo 22. Determinación de zonas de gran afluencia turística.

1. Los Ayuntamientos, a través de exposición motivada, adoptada por acuerdo plenario, podrán proponer a la Consejería competente en materia de comercio las partes del territorio municipal que pueden considerarse zonas de gran afluencia turística, a los efectos de exclusión de la limitación de horarios de esta Ley. Dicha exclusión no afectará a las doce horas diarias máximas de apertura de los comercios citados en el punto 2 del artículo 18 de esta Ley.

2. La exclusión de la limitación de horarios de esta Ley solamente podrá solicitarse para el período determinado desde el 15 de marzo hasta el 30 de octubre de cada año.

TÍTULO VI**Actividades de promoción de ventas****Artículo 23. Ventas de promoción o de oferta.**

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por venta de promoción o de oferta la que tiene por finalidad dar

a conocer el nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o diversos comercios, mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos homogéneos.

2. La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberá figurar con claridad:

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta, precio habitual y descuento.
- c) El período de vigencia de la promoción.

3. Se prohíbe la realización de cualquier tipo de promoción comercial que, por las circunstancias en que se practica, genere confusión con otra modalidad de promoción distinta y sea susceptible, objetivamente, de provocar el hecho de eludir las normas aplicables, así como aquella que no disponga de existencias suficientes para afrontar la oferta.

Artículo 24. Ventas con obsequio.

1. Se considerarán ventas con obsequio aquellas en las que el comerciante utilice concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de productos regulados en el artículo anterior.

2. Serán de aplicación a las ventas con obsequio las siguientes reglas:

a) Durante el período de oferta de venta con obsequio queda prohibido modificar el precio al alza, así como disminuir la calidad del producto.

b) El número de existencias con que cuente el comerciante para afrontar la obligación de 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, deberán ser debidamente divulgadas.

c) Los bienes o servicios en que consistan los objetos 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.

Artículo 25. Ventas en rebajas.

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

2. El Gobierno de las Illes Balears, por Decreto, determinará el período de rebajas, que deberá realizarse en dos temporadas anuales: Una iniciada a principios de año, y la otra, durante el período estival, atendiendo a los usos y costumbres y a los períodos de mayor venta.

3. En este período, la duración de cada temporada de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, de acuerdo con la libre decisión de cada comerciante. En todo caso, las fechas de las rebajas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en un lugar visible al público, incluso cuando estén cerrados.

4. No podrá anunciarse la venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos, sin perjuicio de que pueda anunciarse la de cada producto o artículo en concreto.

5. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados,

los rebajados serán debidamente identificados y diferenciados del resto.

6. En todo caso, las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto a su precio habitual el precio rebajado de los mismos productos comercializados en el establecimiento.

Artículo 26. *Ventas en liquidación.*

A los efectos previstos en los artículos 30 y 31 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, deberán cumplirse los siguientes requisitos:

a) En el supuesto de que una empresa sea titular de diversos establecimientos comerciales de la misma actividad, el cese total o parcial de la actividad de comercio deberá ser de todos. 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.

b) La liquidación por la realización de obras de importancia sólo será posible cuando éstas requieran el cierre del local.

c) La liquidación en los supuestos de fuerza mayor sólo será posible cuando obstaculice el desarrollo normal del negocio por un período continuado como mínimo de un mes.

d) La liquidación de los productos debe efectuarse en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, excepto en los casos de cierre inminente del local y en los de fuerza mayor.

e) En todo caso, deberá comunicarse a la Consejería competente en materia de comercio este tipo de venta de carácter excepcional.

Artículo 27. *Venta de saldos.*

De conformidad con los artículos 28 y 29 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en esta modalidad de venta deberán cumplirse las siguientes determinaciones:

a) En las Illes Balears quedan prohibidos los establecimientos comerciales dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos.

b) Los comerciantes podrán practicar la venta de saldos, siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones. Informarán de la duración de los saldos y, en caso de ser permanentes, harán constar tal circunstancia.

c) En la actividad de promoción de saldos, se usará la denominación de saldos o restos, y se prestará especial atención a que las sugerencias de la existencia de ventajas económicas para el consumidor se correspondan con la realidad de los productos objeto de los mismos.

d) Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados, deberá constar expresamente esta circunstancia, de forma que sean susceptibles de ser identificados por el consumidor.

e) No podrán ser objeto de saldo aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y que no hayan estado en poder del comerciante al menos durante seis meses de antelación.

Artículo 28. *Limitación de ventas.*

Se prohíbe la actividad de promoción de ventas, en cualquiera de sus manifestaciones, dos meses antes de las dos temporadas anuales autorizadas para la venta en rebajas, con la excepción de aquellos establecimientos que tradicionalmente no se acogen a las temporadas de rebajas.

TÍTULO VII

Ventas especiales y ventas a pérdidas

CAPÍTULO I

Ventas especiales

Artículo 29. *Venta automática.*

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

2. En todas las máquinas automáticas habrá de figurar la indicación de que devuelve cambio de moneda, así como el tipo de moneda fraccionaria con que funciona.

3. No se podrán comercializar productos alimenticios que no estén envasados y etiquetados conforme con la normativa aplicable.

4. Las máquinas destinadas a este tipo de ventas deberán haber sido homologadas por el órgano competente, y deberán cumplir todos los demás requisitos que se determinen reglamentariamente.

Artículo 30. *Venta a distancia. Requisitos.*

1. Es venta a distancia la forma de distribución comercial detallista que se lleva a cabo previa oferta realizada por cualquier medio de comunicación social y de transmisión electrónica entre personas distantes, y que pone en conocimiento de los consumidores la forma de efectuar sus encargos.

2. Se requerirá que todas las ofertas de venta a distancia contengan, de forma clara e inequívoca, los siguientes datos informativos:

a) La identidad del ofertante y su número de inscripción en la sección de empresas de venta a distancia del Registro General de Comercio de las Illes Balears.

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 de un período de reflexión, no inferior a siete días, durante el cual el consumidor puede devolver el producto y recibir la cantidad satisfecha. Este período de reflexión no se dará en los productos perecederos.

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 período de reflexión.

Artículo 31. *Concepto de venta ambulante.*

Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados en instalaciones comerciales 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 32. Regulación de la venta ambulante.

1. En las Illes Balears solamente se podrá ejercer la venta ambulante con autorización previa y en los municipios donde esté regulada mediante ordenanza.

2. La regulación municipal de la venta ambulante deberá prever, como mínimo:

a) La exigencia de la acreditación del vendedor de la inscripción en la sección de comerciantes ambulantes del Registro General de Comercio de las Illes Balears.

b) La determinación de las características de los tipos de venta ambulante, que se diferenciarán en:

b.1 Mercados periódicos de carácter tradicional o de nueva implantación, ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija. Solamente podrán realizarse durante un máximo de dos días a la semana, con la excepción de los usos y las costumbres anteriores.

b.2 Mercados dedicados a la venta de productos artesanales.

b.3 Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.

b.4 Venta realizada en camiones tienda o lugares instalados en la vía pública que se autoricen en circunstancias y condiciones precisas.

c) La determinación de las infraestructuras sanitarias que se pongan a disposición de los vendedores ambulantes.

3. La autorización municipal indicará los productos a que se refiere, así como los lugares, los días y las horas en que podrá realizarse la venta ambulante por sus titulares.

4. El vendedor ambulante deberá informar, a través de un cartel visible, de la dirección donde se atenderán, en su caso, las reclamaciones de los consumidores. Esta dirección deberá figurar, en todo caso, en la factura o en el comprobante de la venta.

Artículo 33. Concepto de venta a domicilio.

1. Se considera venta a domicilio, a los efectos de esta Ley, la realizada profesionalmente mediante la visita del vendedor, o de sus empleados, mandatarios, comisionistas o agentes, para ofrecer los productos o servicios en el lugar que designe el consumidor o posible comprador. No se considerará venta a domicilio la venta por correspondencia o mediante catálogo, ni la efectuada en el establecimiento comercial por teléfono o por correo electrónico, seguida del reparto a domicilio de los productos adquiridos.

2. Tendrán igualmente la consideración de venta a domicilio las denominadas «ventas de reunión» de un grupo de personas, convocadas por una de ellas, a instancia o de acuerdo con el vendedor.

3. En los supuestos regulados en este artículo deberá cumplirse la normativa reguladora del producto que se vende, y no podrán ser objeto de venta los productos cuya regulación prohíba este tipo de venta, especialmente los alimenticios y aquellos que, por la forma de presentación, no cumplan las normas técnico-sanitarias o de seguridad.

Artículo 34. Publicidad en la venta a domicilio.

1. La publicidad de la oferta relativa a la venta a domicilio que deberá ser entregada al consumidor incluirá, al menos, los siguientes extremos:

a) Identificación y domicilio de la empresa.

b) Acreditación de la inscripción de la empresa en la sección de empresas de venta a domicilio del Registro General de Comercio de las Illes Balears.

c) Datos esenciales del producto, de manera que permitan su identificación inequívoca.

d) Precio, forma y condiciones de pago, y, en su caso, gastos y plazo de entrega.

2. Asimismo, y de acuerdo con lo que dispone el artículo 5.1 de la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, de Medidas de Protección de los Consumidores para el Supuesto de Contratos Celebrados fuera de Establecimiento Mercantil, el vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que lo ampara de disponer de un período 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.

CAPÍTULO II**Venta a pérdidas****Artículo 35. Concepto y características.**

1. Se prohíbe la venta a pérdidas, en los términos establecidos en el artículo 14 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

2. Se considerará que existe venta a pérdidas cuando el precio de venta sea inferior al precio de adquisición del producto, más el coste del flete, más la parte alícuota del gasto general del establecimiento, más el beneficio comercial.

TÍTULO VIII**Del Registro General de Comercio de las Illes Balears****Artículo 36. El Registro General de Comercio de las Illes Balears.**

1. Con la finalidad de disponer de los datos necesarios para el conocimiento y la valoración de las estructuras comerciales en las Illes Balears y de garantizar los derechos de los consumidores y de los usuarios, se crea el Registro General de Comercio de las Illes Balears, adscrito a la Consejería competente en materia de comercio, que estará integrado por las seis secciones siguientes:

- a) Sección de establecimientos comerciales.
- b) Sección de asociaciones de empresas de comercio.
- c) Sección de franquiciadores.
- d) Sección de comerciantes ambulantes.
- e) Sección de empresas de venta a distancia.
- f) Sección de empresas de venta a domicilio.

2. El Registro será público y la inscripción gratuita y considerada condición imprescindible para optar a cualquiera de las líneas de ayuda convocadas por la Administración de la Comunidad Autónoma o para participar activamente en los programas específicos.

3. Reglamentariamente deben determinarse los datos, los requisitos, el procedimiento y los efectos de las inscripciones en el Registro General de Comercio de las Illes Balears y en sus secciones.

Artículo 37. Sección de establecimientos comerciales.

1. Deben inscribirse en esta sección todos los establecimientos que ejerzan una actividad comercial en las Illes Balears. La inscripción y la comunicación de la variación de datos será obligatoria.

2. Deben inscribirse en esta sección, bajo un epígrafe específico, los establecimientos comerciales que de una manera continuada se dediquen a la venta de alimentos o de productos tradicionales de las Illes Balears que, como mínimo, supongan un 50 por 100 del total de productos a la venta en el establecimiento.

Artículo 38. *Sección de asociaciones de empresas de comercio.*

Pueden inscribirse en la sección de asociaciones de empresas de comercio las asociaciones sin ánimo de lucro que agrupen empresas de comercio que desarrollen fundamentalmente su actividad, dispongan de domicilio en la Comunidad Autónoma de las Illes Balears y estén legalmente constituidas.

Artículo 39. *Sección de franquiciadores.*

1. Deben inscribirse en la sección de franquiciadores las empresas que, en el ámbito de las Illes Balears, pretendan desarrollar la actividad de cesión de franquicias. La inscripción y la comunicación de variación de datos es obligatoria.

2. La sección de franquiciadores del Registro General de Comercio de las Illes Balears debe estar coordinada con los Registros de las demás Comunidades Autónomas y con el de la Administración General del Estado.

Artículo 40. *Sección de comerciantes ambulantes.*

Deben inscribirse en la sección de comerciantes ambulantes, con carácter previo al inicio de la actividad, las personas físicas o jurídicas que pretendan realizar esta actividad en las Illes Balears. La inscripción y comunicación de variación de datos es obligatoria, con independencia del tipo de venta ambulante que ejerzan.

Artículo 41. *Sección de empresas de venta a distancia.*

1. Deben inscribirse en la sección de empresas de venta a distancia las personas físicas o jurídicas que pretendan realizar esta actividad en las Illes Balears, incluida la modalidad de comercio electrónico. La inscripción y comunicación de variación de datos es obligatoria.

2. En la sección de empresas de venta a distancia debe diferenciarse cuando se trata de una empresa que tenga el domicilio social en las Illes Balears, para lo cual se requiere la autorización previa de la Consejería competente en materia de comercio, y cuando esté autorizada por otra Administración, pero sus propuestas se difundan por medios que abarquen también el territorio de las Illes Balears.

Artículo 42. *Sección de empresas de venta a domicilio.*

1. Deben inscribirse en la sección de empresas de venta a domicilio las personas físicas o jurídicas que pretendan realizar esta actividad en las Illes Balears. La inscripción y comunicación de variación de datos es obligatoria.

2. En la sección de empresas de venta a domicilio debe diferenciarse cuando se trate de una empresa que tenga el domicilio social en las Illes Balears, para lo cual se requiere la autorización previa de la Consejería competente en materia de comercio, y cuando esté autorizada por otra Administración pública, pero sus actividades se desarrollen también en las Illes Balears.

TÍTULO IX

De la función inspectora y del régimen sancionador

CAPÍTULO I

De la inspección

Artículo 43. *Órganos competentes.*

Corresponde al Gobierno de las Illes Balears, a través de la Consejería competente en materia de comercio, el ejercicio de la función inspectora para garantizar el cumplimiento de esta Ley.

Artículo 44. *Del personal de la inspección.*

1. En el ejercicio de sus funciones, el personal inspector actuará con independencia, sin perjuicio de la vinculación orgánica y funcional a la autoridad administrativa. Los Inspectores tendrán la consideración de agente de la autoridad, y podrán solicitar la cooperación de las Fuerzas y los Cuerpos de Seguridad del Estado y de la Policía Local.

2. Los Inspectores de Comercio estarán provistos de la documentación que acredite su condición y tendrán la obligación de exhibirla cuando ejerzan sus funciones.

3. El personal de la inspección de comercio tendrá la obligación de cumplir con el deber de secreto profesional.

Artículo 45. *De las actas de inspección.*

1. En cada visita de inspección, el personal ha de levantar acta con el resultado de la misma.

2. Reglamentariamente se determinará el procedimiento de la inspección y el contenido de las actas de inspección.

CAPÍTULO II

Infracciones administrativas

Artículo 46. *Infracciones.*

1. Sin perjuicio de las responsabilidades de otra índole que puedan derivarse, constituyen infracciones administrativas en materia de comercio interior las acciones u omisiones tipificadas en esta Ley.

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

Artículo 47. *Responsabilidad.*

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en esta Ley corresponderá a la persona física o jurídica que realice las acciones u omisiones tipificadas en esta Ley. Se presumirá que éstas se han realizado por los titulares de la empresa o de la actividad comercial de que se trate.

Artículo 48. *Infracciones leves.*

Se consideran infracciones leves las siguientes:

a) La no exhibición de 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 las horas de apertura y cierre

de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en un lugar visible del establecimiento.

c) El incumplimiento de los horarios comerciales cuando no constituya falta grave o muy grave.

d) El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley, cuando no esté conceptuado como infracción grave o muy grave.

Artículo 49. *Infracciones graves.*

Se consideran infracciones graves las siguientes:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y funcionarios de la administración comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación, y el suministro de información inexacta o incompleta.

b) Realizar ventas a pérdidas.

c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.

d) La apertura del establecimiento comercial en domingo o en día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales.

e) El incumplimiento de las obligaciones de inscripción y comunicación de variación de datos en las secciones del Registro General de Comercio de las Illes Balears.

f) La venta bajo el anuncio o la denominación de «ventas con obsequio», «ventas en rebajas», «ventas en liquidación», «ventas de promoción de oferta» o «ventas de saldos», con inobservancia de las prescripciones establecidas en esta Ley.

g) La afectación de los objetos ofertados en las ventas con obsequio, en rebaja o en liquidación, por alguna causa que reduzca su valor de mercado.

h) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de su oferta.

i) La oferta de operaciones en cadena o pirámide en la forma prohibida por la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

j) Modificar, durante el período de duración de la oferta de ventas con obsequio, el precio o la calidad del producto.

k) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega de los obsequios promocionales.

l) Anunciar ventas como si fueran de fabricante o mayorista, con incumplimiento de lo establecido al respecto por el artículo 35 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.

m) El incumplimiento de los plazos de garantía y servicios postventa, así como de la custodia de los artículos.

n) El incumplimiento del régimen establecido en la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, de Protección de los Consumidores, para las ventas a domicilio.

o) Las actuaciones que impidan o dificulten el ejercicio de los derechos lingüísticos reconocidos en esta Ley.

p) La venta ambulante o no sedentaria en establecimientos turísticos, no autorizada por la consejería competente en materia de comercio.

q) El ejercicio de actividades comerciales que no hayan obtenido autorización, cuando ésta sea preceptiva de acuerdo con esta Ley.

r) La venta de alcohol en los supuestos prohibidos en el artículo 7.4 de esta Ley.

s) La reincidencia en infracciones leves. Se entenderá que hay reincidencia en infracciones leves si se dan los requisitos establecidos en el artículo 67 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, ya citada.

Artículo 50. *Infracciones muy graves.*

1. Se consideran infracciones muy graves las siguientes:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades

o sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o de cualquier otra forma de presión.

b) No disponer de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial cuando ésta sea preceptiva de acuerdo con el artículo 15 de esta Ley.

c) Las que, habiéndose calificado como graves, hayan supuesto una facturación anual superior a 600.000 euros.

d) La reincidencia en infracciones graves. Se entenderá que hay reincidencia en infracciones graves si se dan los requisitos establecidos en el artículo 67 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

2. No obstante lo que se indica en el apartado b) del punto anterior, cuando el infractor cumpla los requisitos exigidos para obtener la licencia correspondiente, la falta de ésta debe sancionarse como infracción grave.

Artículo 51. *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.

CAPÍTULO III

Sanciones

Artículo 52. *Tipología de las sanciones.*

1. Las infracciones señaladas en esta Ley darán lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

a) Admonición.

b) Multa.

c) Cierre del establecimiento o suspensión de la actividad comercial, por un plazo máximo de un año.

2. La comisión de las infracciones muy graves llevará implícita la prohibición de obtener subvenciones y ayudas públicas durante un plazo máximo de dos años.

Artículo 53. *Sanciones.*

Las sanciones aplicables para las infracciones serán las siguientes:

a) Las infracciones leves se sancionarán con admonición o multa de 150 euros hasta 1.500 euros.

b) Las infracciones graves se sancionarán con multa de 1.501 euros hasta 15.000 euros.

c) Las infracciones muy graves se sancionarán con multa de 15.001 euros hasta 150.000 euros, y en el supuesto que hayan significado un riesgo grave para la salud, un grave perjuicio económico o generado una amplia alarma social, cierre del establecimiento o suspensión de la actividad comercial por un plazo máximo de un año.

Artículo 54. *Graduación de las sanciones.*

1. Las sanciones se graduarán especialmente en función de la transcendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causados, el volumen de la facturación a la que afecta, el grado de voluntariedad o de intencionalidad del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, la capacidad económica del infractor 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 podrá incrementarse en la cuantía equivalente al beneficio obtenido.

3. Cuando en la comisión de una infracción se acredite la existencia de un riesgo, de daños o perjuicios para la salud de las personas, de alteración de la libre competencia o de discriminación por razón de nacimiento, lengua, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, la sanción que corresponda será incrementada hasta un 200 por 100 de su cuantía.

Artículo 55. *Órganos competentes.*

Los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones, así como para la adopción de las medidas cautelares pertinentes, son:

a) El Director general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, en las infracciones leves.

b) El Consejero competente en materia de comercio, en las infracciones graves y en todo tipo de medidas cautelares.

c) El Consejo de Gobierno de las Illes Balears, para los supuestos de las infracciones muy graves y de cierre temporal de la empresa o del establecimiento infractor.

Artículo 56. *Medidas cautelares.*

1. La autoridad competente para la incoación del procedimiento sancionador podrá acordar, en cualquier momento del procedimiento, mediante resolución motivada y con audiencia previa de la persona interesada, la adopción de las medidas cautelares adecuadas, siempre que concurren circunstancias graves que afecten a la seguridad de las personas o de los bienes, que supongan un perjuicio grave o manifiesto de difícil reparación, o que sea necesario para asegurar la eficacia de la resolución que, en su caso, pueda recaer.

2. Estas medidas cautelares, que no tendrán el carácter de sanción, podrán mantenerse durante el tiempo necesario para la rectificación de los defectos existentes y como máximo hasta la resolución del procedimiento.

Artículo 57. *Prescripción de las sanciones.*

Las sanciones 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 se contarán a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

TÍTULO X

Equipamientos comerciales

Artículo 58. *Plan director sectorial de equipamientos comerciales.*

El Plan director sectorial de equipamientos comerciales es el instrumento de ordenación territorial que, con carácter específico, tiene por objeto regular el planeamiento, la proyección, la ejecución y la gestión de los sistemas generales de equipamientos comerciales.

Artículo 59. *Objetivo del Plan director sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El Plan director sectorial de equipamientos comerciales, además de cumplir las determinaciones de las directrices de ordenación territorial y ajustarse a lo que dispongan los planes territoriales insulares, tiene como objetivo general la ordenación idónea para conseguir un nivel adecuado de equipamiento comercial y una correcta distribución territorial de los establecimientos, capaz de favorecer la armonización de las nuevas tendencias y sistemas de venta y demanda, con las condiciones de poder garantizar con equilibrio los diversos derechos que confluyen en él; entre ellos, el de libre y leal competencia, los de los consumidores y de los pequeños y medianos empresarios del comercio establecidos en cada zona.

2. De acuerdo con el objetivo general señalado, en todo caso, el Plan director sectorial de equipamientos comerciales debe:

a) Evaluar la oferta comercial disponible en cada uno de los territorios de los Consejos Insulares de las Illes Balears, tanto en número de establecimientos como en superficie total de venta, desglosada en sector comercial, tipo de establecimientos y grandes establecimientos, como también por ámbitos territoriales de actuación y poblaciones.

b) Evaluar el gasto comercializable del conjunto de población en cada isla, desglosada por ámbitos territoriales de actuación y «epígrafes» de gasto.

c) Establecer las ratios óptimas de equipamiento comercial en cada ámbito y sector de actuación, a partir de parámetros comprobados de facturación para evaluar la oferta y la demanda.

d) Establecer los elementos básicos estructurantes del equipamiento comercial en todo su ámbito de ordenación territorial y los que hayan de preverse en los instrumentos de planeamiento general urbanístico, entre los cuales el uso comercial, las reservas de suelo para el equipamiento comercial, zonificación, densidades y parámetros de superficies mínimas y máximas para el uso comercial.

Artículo 60. *Elaboración, aprobación, vinculaciones entre los instrumentos de ordenación territorial y el planeamiento urbanístico.*

1. El Plan director sectorial de equipamientos comerciales debe elaborarse y aprobarse de acuerdo con lo que disponga la Ley de Ordenación Territorial de las Illes Balears para los planes directores sectoriales.

2. El Plan director sectorial de equipamientos comerciales debe vincular en sus determinaciones el planeamiento urbanístico general de los municipios, al que deben adaptarse, en los plazos que se fijen. En todo caso, mientras no se hayan adaptado a éste, les es de aplicación.

3. De acuerdo con las determinaciones de los instrumentos de ordenación territorial, los planes urbanísticos deberán tener en cuenta el uso comercial de manera específica e independiente del resto de usos urbanísticos, considerando el equipamiento comercial como elemento básico y estructurante del sistema general del equipamiento urbano.

Disposición adicional primera.

Lo previsto en esta Ley se entiende sin perjuicio de lo que se establece en la legislación sectorial correspondiente en relación con la dispensa o la venta de determinados productos o mercancías y la prestación de determinados servicios.

Disposición adicional segunda.

De acuerdo con lo que se dispone en el artículo 17 de esta Ley, se añaden el título X, Consejería de Economía, Comercio e Industria, el capítulo I, tasa por licencia autonómica de gran establecimiento comercial, a la Ley 11/1998, de 14 de diciembre, sobre el Régimen Específico de Tasas de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, con los artículos que a continuación se transcriben:

«TÍTULO X**Consejería de Economía, Comercio e Industria****CAPÍTULO I****Tasa por licencia autonómica de gran establecimiento comercial****Artículo 417. *Hecho imponible.***

Constituye el hecho imponible de esta tasa la prestación a instancia de parte de los servicios de tramitación y de resolución sobre la licencia autonómica relativos a la implantación, la modificación de actividad o la ampliación de grandes establecimientos comerciales.

Artículo 418. *Sujeto pasivo.*

Son sujetos pasivos de esta tasa las personas físicas o jurídicas que sean receptoras de los servicios que constituyen el hecho imponible.

Artículo 419. *Cuantía.*

La cuota de la tasa es de:

1. Por cada metro cuadrado de superficie de exposición y venta a implantar o ampliar: 30 euros.
2. Por cada metro cuadrado de superficie de venta existente, cuando la solicitud esté motivada por un cambio de actividad: 15 euros.

Artículo 420. *Devengo.*

La tasa se devengará en el momento de la realización de las actuaciones administrativas que constituyen el hecho imponible. Ello no obstante, su pago podrá exigirse en el momento de formular la solicitud.»

Disposición transitoria primera.

Cuando entre en vigor la disposición reglamentaria que regule el Registro General de Comercio de las Illes Balears, la Consejería competente en materia de comercio realizará de oficio la inscripción, en la sección pertinente del Registro, de los establecimientos que hayan tramitado la solicitud de inscripción de acuerdo con lo establecido en los artículos 6 a 11 del Decreto 217/1996, de 12 de diciembre.

Disposición transitoria segunda.

1. Los Ayuntamientos de las Illes Balears disponen de un plazo máximo de dos años, a partir de la entrada en vigor de esta Ley, para aprobar la ordenanza reguladora de la modalidad de venta ambulante o no sedentaria en su término municipal.
2. Mientras los Ayuntamientos no aprueben la ordenanza correspondiente, se regirán por los criterios establecidos por los órganos municipales competentes.

Disposición transitoria tercera.

A los únicos efectos previstos en esta Ley, no se considerará cambio de actividad comercial el experimentado por los establecimientos comerciales con licencia municipal de instalación concedida con anterioridad a su promulgación para el desarrollo de la actividad comercial de «mercado auxiliar», que consiste en un cambio en el modelo de gestión del mercado, pasando de una gestión individualizada por cada uno de los titulares de los puestos de venta a la explotación conjunta en régimen de autoservicio realizada mediante una sola unidad de gestión con la consiguiente centralización en la toma de decisiones y con la implantación del sistema de caja única, aunque este cambio de gestión suponga la necesidad de obtener una nueva licencia municipal y siempre que no implique, en ningún caso, aumentar la superficie de venta existente.

Disposición transitoria cuarta.

1. La solicitud de licencia autonómica deberá dirigirse a la Consejería competente en materia de comercio.
2. Hasta que no entre en vigor la disposición reglamentaria oportuna, a la solicitud se adjuntará la documentación establecida en el Plan director sectorial de equipamientos comerciales de las Illes Balears, regulado por el Decreto 217/1996, de 12 de diciembre.

Disposición transitoria quinta.

En los establecimientos comerciales existentes con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley que no se ajusten a sus determinaciones, solamente podrán realizarse obras de rehabilitación, modernización y mejora, siempre que no supongan aumento de la superficie de venta.

Disposición derogatoria.

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan, contradigan o sean incompatibles con lo que dispone esta Ley. En particular, queda derogada la Ley 2/1994, de 18 de mayo, de Infracciones y Sanciones en Materia de Calendarios y Horarios Comerciales

Disposición final primera.

1. El Gobierno de las Illes Balears dictará las disposiciones reglamentarias necesarias para la aplicación y el desarrollo de esta Ley.
2. Se faculta al Gobierno de las Illes Balears para que, por Decreto, actualice periódicamente la cuantía de las sanciones económicas contenidas en la presente Ley. El aumento nunca podrá ser superior a la tasa de variación interanual que experimente el índice de precios al consumo.

Disposición final segunda.

Esta Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial de las Illes Balears». Ello no obstante:

1. El artículo 8.2 entrará en vigor día 1 de enero de 2002.
2. El artículo 8.3 y el artículo 19 entrarán en vigor día 1 de enero de 2003.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos guarden esta Ley y que los Tribunales y las Autoridades a los que correspondan la hagan guardar.

Palma, 15 de junio de 2001.

PERE SAMPOL I MAS,
Consejero de Economía,
Comercio e Industria

FRANCESC ANTICH I OLIVER,
Presidente

(Publicada en el «Boletín Oficial de las Illes Balears» número 77,
de 28 de junio de 2001)

13278 LEY 12/2001, de 22 de junio, de modificación de la Ley 15/2000, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears para el año 2001.

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE LAS ILLES BALEARS

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de las Illes Balears ha aprobado y yo, en nombre del Rey, y de acuerdo con lo que se establece en el artículo 27.2 del Estatuto de Autonomía, tengo a bien promulgar la siguiente Ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En la sesión de 20 de diciembre de 1991, el Parlamento de las Illes Balears aprobó la Ley 12/1991, reguladora del Impuesto sobre instalaciones que inciden en el Medio Ambiente. A través de esta ley, se establecía un impuesto dirigido a compensar determinadas actuaciones contaminantes o distorsionadoras del medio ambiente en el territorio de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, mediante la internalización de los costes que se derivan, gravando a aquellos agentes económicos que, a través de instalaciones y actuaciones determinadas, alteran el equilibrio natural, en tanto que las mencionadas actuaciones sólo los benefician a ellos y, en cambio, repercuten en el conjunto de la sociedad que se ve obligada a soportar sus efectos externos.

Una vez aprobada la Ley, y a resultas del recurso de inconstitucionalidad número 838/1992, el Tribunal Constitucional, mediante provisión de 28 de abril de 1992, suspendió la vigencia de la totalidad de la Ley, a pesar de que por acto del mismo tribunal de 9 de septiembre del mismo año se levantó la mencionada suspensión.

Así, y pendiente de sentencia definitiva, los sucesivos presupuestos de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears han ido considerando en sus estados de ingresos la estimación correspondiente para la recaudación de este impuesto. En este sentido, este impuesto ha supuesto que hasta hoy se hayan recaudado y aplicado en los presupuestos respectivos de los años correspondientes, incluyendo intereses de demora y recargos de apremio, un total aproximado de 5.864.997.601 pesetas, y para el ejercicio de 2001 se estima una previsión de ingresos de 3.300.000.000 de pesetas.

Mediante la sentencia 289/2000, de 30 de noviembre, publicada en el «Boletín Oficial del Estado» número 4, suplemento de 4 de enero de 2001, el Pleno del Tribunal Constitucional declaró la inconstitucionalidad y nulidad de la Ley del Parlamento de las Illes Balears 12/1991, de 20 de diciembre, reguladora del Impuesto sobre instalaciones que inciden en el Medio Ambiente, ya que estimó que éste se configura como un impuesto sobre el patrimonio inmobiliario que incide en la misma

materia imponible que la del impuesto municipal sobre bienes inmuebles, por lo que incurre en la prohibición prevista en el apartado 3 del artículo 6 de la Ley Orgánica 8/1980, de 22 de septiembre, de Financiación de las Comunidades Autónomas.

Es obvio que esta sentencia condiciona fuertemente los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears. En primer lugar, afecta de manera directa a los presupuestos aprobados para el año 2001 en los que, como ya se ha dicho anteriormente, se incluye una previsión de ingresos de 3.300.000.000 de pesetas en concepto de Impuesto sobre instalaciones que inciden en el Medio Ambiente y que, en aplicación de la mencionada sentencia del Tribunal Constitucional, resultan inmateriales, por lo que, a pesar de que en el momento de su aprobación estaban formalmente equilibrados, parten con un déficit inicial de 3.300.000.000 de pesetas.

Por otro lado, la Comunidad Autónoma deberá proceder, en su caso, a la devolución de la deuda tributaria originada por los impuestos recaudados y aplicados a los presupuestos de ejercicios anteriores que, como ya se ha mencionado, ascienden a un total aproximado de 5.864.997.601 pesetas y que en su momento financiaron gastos en inversiones y actuaciones en materia de mejora y protección del medio ambiente en los presupuestos correspondientes. Además, si procede, deberán atenderse los intereses de demora correspondientes, que en una primera aproximación se estiman en una cifra de 2.906.508.624 pesetas, así como otros gastos accesorios que se puedan derivar de la sentencia, como el coste derivado de los avales depositados por los sujetos pasivos del impuesto.

El impacto de las devoluciones de estas cantidades supondrá tener que hacer unas devoluciones de ingresos que disminuirán los contraídos del ejercicio, a la vez que también tendrán que atenderse los pagos de los intereses de demora, lo que afectará directamente al presupuesto.

De las consideraciones antes mencionadas se deduce que si no se adoptan las medidas oportunas, a lo largo del año 2001 se podría acumular un déficit que podría llegar aproximadamente a los 12.072 millones de pesetas fruto del desequilibrio presupuestario originado por la aplicación de la mencionada sentencia del Tribunal Constitucional.

Es evidente que de las consideraciones anteriores se deduce una total descompensación del presupuesto que, ya inicialmente, queda desequilibrado, a la vez que la obligada devolución de los importes recaudados y de los gastos correspondientes en concepto de intereses y otros gastos accesorios altera radicalmente la planificación económica del Gobierno de las Illes Balears, especialmente por lo que se refiere a la programación de inversiones que se vería absolutamente comprometida y disminuida. Este hecho significa un perjuicio para los intereses generales de los ciudadanos de nuestras islas.

Se manifiesta así la necesidad de restablecer el equilibrio presupuestario, quebrantado por los efectos de la imposible materialización de las previsiones iniciales que contiene en cuanto al Impuesto sobre instalaciones que inciden en el Medio Ambiente y por las obligaciones que se derivarán en concepto de pago de intereses de las devoluciones de los ingresos recaudados hasta hoy, así como otros gastos accesorios que puedan surgir derivados de la sentencia.

Asimismo, y en la medida de lo posible, para preservar los intereses generales de los ciudadanos de las Illes Balears, se hace necesario el mantenimiento del nivel de inversión que se prevé en los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el año 2001 y que

Código de la entidad	Entidades locales
147	LEGARDA.
150	LEOZ.
	ARTARIAIN.
	IRACHETA.
	LEOZ.
	OLLETA.
151	LERGA.
154	LEZAUN.
156	LIZOAIN.
158	LONGUIDA.
	AOS.
	ARTAJO.
	ECAY.
	MURILLO DE LONGUIDA.
	VILLAVETA.
162	MARAÑON.
170	MIRAFUENTES.
175	MUES.
181	NAVASCUES.
	ASPURZ.
	NAVASCUES.
	USTES.
182	NAZAR.
185	OCHAGAVIA.
187	OITZ.
190	OLEJUA.
192	OLORIZ.
	ECHAGÜE.
	MENDIVIL.
	OLORIZ.
	SOLCHAGA.
195	ORBAITZETA.
196	ORBARA.
197	ORISOAIN.
198	ORONZ.
199	OROZ-BETELU.
203	PETILLA DE ARAGON.
204	PIEDRAMILLERA.
209	ROMANZADO.
	ARBONIES.
	BIGÜEZAL.
	DOMENO.
	MURILLO-BERROYA.
210	RONCAL.
211	ORREAGA/RONCESVALLES.
213	SALDIAS.
214	SALINAS DE ORO.
217	SAN MARTIN DE UNX.
222	SARRIES.
	IBILCIETA.
	SARRIES.
225	SORLADA.
230	TORRALBA DEL RIO.
	OTIÑANO.
	TORRALBA DEL RIO.
235	UJUE.
237	UNCITI.
	ALZORRIZ.
	ARTAIZ.
	CEMBORAIN.
	NAJURIETA.
	UNCITI.
	ZABALCETA.
238	UNZUE.
241	URRAUL ALTO.
	AYECHU.
	IMIRIZALDU.
	IRUROZQUI.
	ONGOZ.

Código de la entidad	Entidades locales
243	URROZ.
244	URROTZ.
245	URZAINQUI.
247	UZTARROZ.
248	LUZAIDE/VALCARLOS.
252	VIDANGOZ.
255	VILLAMAYOR DE MONJARDIN.
256	HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA.
261	YESA.
262	ZABALZA.
	ARRAIZA.
	UBANI.
	ZABALZA.
263	ZUBIETA.
264	ZUGARRAMURDI.

(Publicada en el «Boletín Oficial de Navarra» número 86, de 16 de julio de 2001)

15779 LEY Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra.

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE NAVARRA

Hago saber que el Parlamento de Navarra ha aprobado la siguiente Ley Foral reguladora del comercio en Navarra.

Exposición de motivos

La Comunidad Foral de Navarra tiene atribuida competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio nacional y de la legislación sobre defensa de la competencia, en virtud de la habilitación concretada en el artículo 56.1.d) de la Ley Orgánica 13/1982, de 10 de agosto, de Rein-tegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra.

La presente Ley Foral supone la ordenación funda-mental del comercio interior en nuestra Comunidad Foral caracterizada por una dispersión normativa reglamen-taria. El ejercicio de esta competencia se realiza a partir de las bases establecidas en el marco constitucional defi-nido por los artículos 38, 51 y 131 de la Constitución Española, desde una perspectiva de estudio y regulación de conjunto de las nuevas formas de comercialización, la defensa de la libertad de empresa, la protección y garantía de los derechos de los consumidores y usuarios y la dinamización del comercio minorista con vistas a rápidas adaptaciones de este sensible sector frente a los cambios en la economía y en la sociedad, en general.

El sector comercial navarro está experimentando importantes transformaciones que afectan tanto a pro-ductores como a consumidores y, de manera especial, a los propios comerciantes. La aparición de nuevos méto-dos y sistemas de comercialización, de mediana y gran dimensión, han ido cambiando los cánones que regían el comercio desde las formas de ventas más tradicio-nales.

Por ello, los principios rectores que tutelan esta Ley Foral se orientan a una armonización de los intereses económicos y urbanísticos a fin de evitar menoscabos en el sector tradicional evitando situaciones de dominio de mercado pero potenciando, a su vez, nuevas formas de gestión, administración, venta y servicio sin olvidar, por supuesto, el debido respeto a la libertad de empresa

y el debido amparo de los intereses económicos de los consumidores y usuarios ante la observación de determinadas obligaciones de los comerciantes minoristas.

La presente Ley Foral se ordena en ocho títulos. En ellos se concreta el ámbito de actuación de la misma y se define su objeto. Se crea una relación conceptual y definitoria de diferentes tipos de establecimientos comerciales y se regula particularizadamente la licencia comercial específica para grandes y medianos establecimientos comerciales abordando los criterios de concesión.

Se regula los horarios comerciales, la práctica de determinadas actividades promocionales de venta y ventas especiales, instaurando un Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales.

Se crea el Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista como órgano consultivo en el que estarán personalizados los agentes económicos y sociales más representativos de la Comunidad Foral de Navarra.

Se regulan a su vez modalidades comerciales de venta a domicilio, venta en cadena o pirámide y venta ocasional o de temporada.

A su vez, se contempla la regulación inicial que a futuro permitirá una completa normativa tanto del comercio electrónico como del comercio mayorista.

Se ha concretado un régimen sancionador completo que hace posible una eficaz y rápida protección de los intereses públicos implicados en la regulación del comercio minorista.

Por último, se ha querido incluir en el tenor literal del texto legal una serie de medidas que tienen como objetivo el apoyo al pequeño comercio, para que, y sin perjuicio del derecho de libre competencia, esté en condiciones de mejorar y modernizar su estructura y ser plenamente competitivo.

TÍTULO I

Disposiciones generales

CAPÍTULO I

Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 1. *Objeto.*

La presente Ley Foral tiene por objeto la regulación del comercio minorista en la Comunidad Foral de Navarra a fin de mejorar y modernizar las estructuras comerciales y normalizar determinadas actividades promocionales de ventas.

Artículo 2. *Principios rectores.*

La presente Ley Foral se regirá por los siguientes principios rectores, potenciando:

a) El mantenimiento de la estructura tradicional del comercio minorista dentro del núcleo urbano de los municipios navarros.

b) El acceso en mayores condiciones de igualdad a las nuevas formas de crecimiento del comercio.

c) El crecimiento armonioso y equilibrado de actividades comerciales aspirando a un desarrollo sostenible del entorno urbano.

d) La participación de las Administraciones Públicas en las plusvalías generadas por la implantación de grandes establecimientos comerciales.

e) La participación de agentes sociales, en especial de los consumidores, en el desarrollo de la implantación comercial.

Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente Ley Foral será de aplicación a las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de Navarra.

Esta Ley Foral se aplicará con carácter supletorio a aquellas actividades comerciales minoristas que se hallen reguladas por una legislación específica.

Es irrelevante a efectos de aplicación de la presente Ley Foral que el comerciante minorista sea a su vez fabricante o comerciante mayorista de artículos cuya oferta de venta realice.

2. Están excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley Foral, rigiéndose por su normativa específica:

a) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción, o en los centros cooperativos de recogida de producción.

b) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus propios talleres, ferias y mercadillos sectoriales.

CAPÍTULO II

Del comercio minorista

Artículo 4. *Concepto.*

Es comercio minorista o actividad comercial minorista, a efectos de la presente Ley Foral, la actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro consistente en situar u ofrecer en el mercado productos naturales o elaborados a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

Artículo 5. *Ejercicio simultáneo de actividad comercial minorista y de producción o distribución mayorista.*

1. A los efectos de esta Ley Foral, se entiende por actividad comercial de carácter mayorista aquella que tiene como destinatarios a otros comerciantes o empresarios que no constituyan consumidores finales.

2. El ejercicio simultáneo de comercio minorista y actividad comercial mayorista en un mismo establecimiento obligará a delimitar la zona o espacio en que se desarrolla la actividad comercial minorista debiéndose cumplir las normas relativas a cada tipo de comercio.

Artículo 6. *Entidades cooperativas y formas jurídicas análogas.*

Las entidades cooperativas u otras formas jurídicas análogas estarán obligadas a distinguir la oferta dirigida a los socios de la que se dirija al público en general. Estarán sometidas a esta Ley Foral la oferta de las cooperativas o entidades análogas dirigida al público en general y los casos en que la misma no aparezca rigurosamente diferenciada de la que realicen a sus socios.

Artículo 7. *Prohibiciones y restricciones al comercio.*

1. No podrán ejercer el comercio, además de las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido por la normativa vigente, 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 y la remisión o entrega de catálogos, folletos o publicidad de las mismas al destinatario final del producto 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 operaciones 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.

CAPÍTULO III

Comerciante, promotor y operador

Artículo 8. *Comerciante.*

A los efectos de esta Ley Foral, se considerará comerciante aquella persona física o jurídica que, teniendo capacidad para ejercer la actividad comercial, se dedica en nombre propio al comercio minorista como profesión habitual.

Artículo 9. *Promotor.*

Es promotor aquella persona física o jurídica que proyecta, promueve y construye un establecimiento comercial de los previstos en los artículos 13, 14 y 15, organizando su funcionamiento y gestión al objeto bien de su venta posterior, bien de su directa o indirecta explotación.

Artículo 10. *Operador comercial.*

Se considera operador la persona física o jurídica que es titular de un gran establecimiento comercial.

Artículo 11. *Derechos de los promotores y operadores.*

Es derecho de los promotores y operadores el desarrollo libre de su actividad en el marco de la legislación aplicable a este ámbito.

Artículo 12. *Deberes de los promotores y operadores.*

Son deberes de los promotores y operadores:

a) Desarrollar su actividad procurando adecuarse a las necesidades comerciales del área en la que se ubique el gran establecimiento comercial.

b) Evitar cualquier tipo de práctica de competencia desleal o publicidad engañosa y, especialmente, las que puedan poner en peligro la pervivencia de un sector de comercio del área comercial.

c) Evitar prácticas monopolísticas o de dominio en el mercado.

d) Costear a su cargo todas las obras de urbanización que genere la implantación de la instalación comercial, financiar los gastos derivados de la corrección de los impactos ambientales y adoptar a su costa las medidas de ordenación de tráfico y accesos que le correspondan en función de los términos de la solicitud y de la autorización.

TÍTULO II

Establecimientos comerciales

CAPÍTULO I

Establecimiento comercial

Artículo 13. *Concepto general.*

Tienen la consideración de establecimiento comercial los locales y las construcciones o instalaciones dispuestas sobre el suelo de modo fijo y permanente, cubiertos o sin cubrir, exentos o no, exteriores o interiores de una edificación, con escaparates o sin ellos, destinados al ejercicio continuado o periódico de actividades comerciales de venta de productos al por menor, o de presentación de servicios de tal naturaleza al público, así como cualesquiera otros recintos acotados que reciban aquella calificación en virtud de disposición legal o reglamentaria.

Los establecimientos comerciales podrán tener carácter individual o colectivo.

Artículo 14. *Centro comercial.*

Se define como centro comercial el establecimiento comercial de carácter colectivo integrado por un conjunto de puntos de venta o servicios instalados en el interior de un mismo recinto o edificación, en los que se ejercerán las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente, siempre que se hubieran proyectado conjuntamente todos sus locales y compartan la utilización de elementos comunes.

Artículo 15. *Parque comercial.*

Parque comercial es aquel establecimiento comercial que, reuniendo la definición y características de centro comercial, oferta, además, un conjunto de servicios y actividades de ocio y recreo como cines, salas de juego, bares, restaurantes, o de otro tipo, tales como turísticos, culturales, etcétera.

Artículo 16. *Polígono comercial.*

Tiene la consideración de polígono comercial aquella delimitación espacial de suelo urbano o urbanizable donde se ubican varios establecimientos comerciales o de servicios al comercio de carácter individual o colectivo, cuya explotación y gestión es autónoma e independiente.

CAPÍTULO II

Grandes establecimientos comerciales minoristas

Artículo 17. *Concepto.*

1. Tendrán la consideración de gran establecimiento comercial minorista los establecimientos individuales o colectivos dedicados al comercio minorista, polivalente o especializado, que tengan una superficie útil para venta y exposición de productos y servicios superior a 2.500 metros cuadrados, cuando se ubiquen en Pamplona y su Comarca y en municipios cuya población supere los 12.000 habitantes, y a 1.500 metros cuadrados cuando se ubiquen en el resto de municipios de la Comunidad Foral de Navarra.

2. Se entiende por superficie útil para la exposición y venta de artículos o muestra de servicios aquella en que se expongan los mismos, habitual u ocasionalmente, así como los espacios destinados al tránsito de personas

y a la presentación, dispensación y cobro de los productos. Se excluyen expresamente las superficies destinadas a oficinas, aparcamientos, zonas de carga, descarga y almacenaje no visitables por el público y, en general, todas aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo.

3. Quedan excluidos del concepto de gran establecimiento:

- a) Los mercados mayoristas.
- b) Los mercados municipales.

Artículo 18. *El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra.*

1. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra, es el instrumento capaz de establecer los criterios legales de valoración a efectos de otorgar o denegar las autorizaciones para la apertura, construcción o ampliación de grandes establecimientos comerciales en la Comunidad Foral de Navarra.

2. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tiene como principal objeto impulsar una adecuada ordenación de la implantación de grandes establecimientos comerciales con el fin de alcanzar un nivel de equipamiento equilibrado entre distintas áreas y formas de distribución que permita a los ciudadanos satisfacer convenientemente sus necesidades de compra a la vez que garantizar un equilibrio territorial, todo ello enmarcado dentro de un modelo general del comercio en Navarra.

3. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales de Navarra, en sus futuras revisiones será impulsado por el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, y por el Consejo Asesor de Comercio, será sometido a información pública y contará con el informe preceptivo previo de la Comisión de Ordenación del Territorio, correspondiendo su aprobación definitiva al Gobierno de Navarra. Una vez aprobada la revisión, el Modelo Territorial se publicará nuevamente en el Boletín Oficial de Navarra.

4. El Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo promoverá, junto con el Consejo Asesor de Comercio, la realización de cuantos estudios sobre distribución comercial sean necesarios para revisar o evaluar el Modelo Territorial. Con esta finalidad se podrán establecer convenios y acordar fórmulas de colaboración con la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Navarra u otras instituciones relacionadas con la materia.

El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra tiene como objetivos específicos la definición de los siguientes elementos de evaluación y concreción:

a) Análisis de la oferta y la demanda comercial en la Comunidad Foral de Navarra. Definición de la estructura comercial, de los agentes de demanda y de los flujos de gasto presentes en Navarra.

b) Modelo territorial de referencia: Encuadre integrado de la estructura comercial pretendida en la Comunidad Foral, con la definición del modelo conceptual de la Comunidad y de la ciudad. Definición de áreas de equilibrio territorial y niveles de equilibrio para la Comunidad.

c) Concreción del procedimiento de evaluación de los proyectos de implantación o ampliación de grandes superficies, así como de los criterios de concesión o denegación de licencia específica

d) Indicadores de seguimiento del modelo, como conjunto de indicadores que permitirán valorar a alto nivel la evolución comercial de Navarra.

e) Concreción y puesta en práctica de la metodología para la determinación de áreas territoriales y niveles de equilibrio.

5. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tiene carácter vinculante para las administraciones públicas en general y, en especial, para el Gobierno de Navarra, administraciones locales, personas promotoras y empresas comerciales.

Artículo 19. *Vigencia y revisión del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra.*

1. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tendrá una vigencia indefinida y deberá revisarse, al menos, cada cuatro años, observándose el mismo procedimiento previsto para su aprobación. No obstante, podrá realizarse una evaluación del mismo total o parcial cada dos años.

2. En todo caso, cuando se proceda a su revisión o evaluación deberá ponderarse la evolución de los indicadores de seguimiento integrados en el modelo y aquellos indicadores básicos como son:

- a) La evolución de los hábitos de compra.
- b) La evolución en la composición de la oferta comercial, de las distintas tipologías de establecimientos.
- c) La evolución de la concentración empresarial del sector de la distribución comercial.
- d) El impacto producido por la implantación de grandes establecimientos comerciales sobre el comercio interurbano, especialmente sobre los centros históricos tradicionales con el fin de evitar, específicamente, el fenómeno de la desertización comercial de los mismos.

3. El Consejero de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo podrá acordar la suspensión del otorgamiento de licencias comerciales específicas con el fin de proceder a la revisión o elaboración de un nuevo Modelo Territorial de Grandes Establecimientos de Navarra. La suspensión podrá afectar a una o varias áreas determinadas o a todo el ámbito de la Comunidad Foral.

4. La suspensión a que se refiere el apartado anterior se extinguirá, en todo caso, en el plazo de seis meses desde su publicación. Así mismo, la suspensión se extinguirá con la aprobación del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos o, en su caso, con la revisión del mismo.

Extinguidos los efectos de la suspensión, no podrán acordarse nuevas suspensiones en el plazo de dos años con idéntica finalidad.

Artículo 20. *Presupuestos territoriales.*

1. La ordenación comercial deberá coordinarse con la planificación territorial. A tal fin las directrices del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tendrán en cuenta los contenidos de la ordenación territorial general que, en su caso, se dicten para toda la Comunidad Foral de Navarra.

El Gobierno de Navarra propiciará que la implantación de grandes establecimientos comerciales no perjudique el equilibrio territorial de la Comunidad Foral y, en particular, en lo relativo a la distribución racional de los asentamientos humanos y de los polos de atracción de la actividad económica en el territorio, la revitalización de las zonas deprimidas, la racional configuración de la red de infraestructuras, la idoneidad de la red viaria y de los accesos a las poblaciones, la adecuación de los flujos de tráfico a los niveles óptimos de utilización de las vías de comunicación, y la conservación de los valores estéticos y culturales de los entornos de interés histórico-artístico.

2. El Gobierno de Navarra podrá desarrollar y dictar disposiciones reglamentarias orientadas a hacer cumplir los presupuestos de planificación territorial enunciados y, en particular, podrá:

- a) Exigir, cuando lo considere necesario, estudios previos de impacto territorial, urbanístico y ambiental.
- b) Regular la adecuación de las infraestructuras, servicios y red informática a las necesidades del establecimiento,
- c) Asegurar una correcta relación de los flujos de tráfico rodado de entrada y salida.
- d) Ordenar los emplazamientos, estableciendo una relación adecuada entre la superficie total ocupada por el espacio destinado a la actividad comercial y otros usos asociados, los aparcamientos, las zonas ajardinadas y libres, determinando los estándares sectoriales que se consideren precisos, y evitando que el diseño arquitectónico perjudique a las características ecológicas, paisajísticas e histórico artísticas dignas de protección del entorno.

3. A su vez, los Proyectos Sectoriales de incidencia supramunicipal relativos a grandes establecimientos comerciales que se aprueben conforme al Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales han de atenerse a las disposiciones vinculantes contenidas en los Planes de ámbito Comarcal.

4. Las previsiones de los Proyectos Sectoriales de incidencia supramunicipal relativos a grandes establecimientos comerciales vinculan al planeamiento urbanístico local. Las licencias del ámbito de competencia de la Administración local deberán otorgarse conforme a lo previsto en el Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal a partir de la entrada en vigor de éste último.

Artículo 21. *Licencia comercial de gran establecimiento.*

1. La instalación o ampliación de grandes establecimientos comerciales requerirá la obtención de la licencia comercial específica conforme a lo establecido en esta Ley Foral con carácter previo a la solicitud de las licencias municipales de instalación, obras y apertura.

2. Estarán sujetas igualmente a licencia comercial de gran establecimiento:

- a) La ampliación de establecimientos comerciales, cuando lleguen a superar los 2.500 metros cuadrados, en proyectos situados en la Comarca de Pamplona y en municipios que superen los 12.000 habitantes, o los 1.500 metros cuadrados, si están situados en los restantes municipios de la Comunidad Foral de Navarra.
- b) La modificación de la actividad o sector del comercio a que se dedique un gran establecimiento comercial autorizado.
- c) La reapertura de un gran establecimiento que haya permanecido cerrado por más de un año.

3. Deberán solicitar licencia comercial de gran establecimiento:

- a) El promotor o el operador, en el caso de establecimientos comerciales colectivos, bien sean parques o centros comerciales.
- b) El comerciante titular del negocio o, en su caso, el operador para los establecimientos comerciales individuales.

4. No se podrá ceder «inter vivos» la licencia antes de la apertura del establecimiento sin autorización previa del órgano que haya autorizado la licencia salvo que se trate de fusión o absorción de la empresa peticionaria por un tercero. En todo caso, el cesionario quedará subrogado en los compromisos contraídos por el cedente con la Administración de la Comunidad Foral y con la municipal.

Artículo 22. *Contenido de la solicitud y documentación exigida.*

1. La solicitud de licencia comercial específica deberá dirigirse al Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra por cualquiera de los medios admitidos y previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

2. A la solicitud se acompañará, por duplicado, la siguiente documentación:

A) Documentación acreditativa de la identidad y representación del promotor.

B) Caracteres del establecimiento comercial proyectado.

a) Descripción del tipo de establecimiento que se desea implantar, haciendo constar la superficie edificada total, la superficie útil para la exposición y venta de productos, así como la destinada al tránsito de personas, almacén y otros usos.

b) En el supuesto de tratarse de un establecimiento integrado en un centro comercial, se hará constar el número de locales de venta, su distribución y tamaño.

c) Superficie destinada a aparcamiento y número de plazas.

d) Anteproyecto técnico que recoja los planos de planta, alzado y secciones del establecimiento.

e) Plano de localización geográfica en el término municipal en el que se pretende instalar, su distancia al centro urbano y viarios de acceso de su entorno inmediato.

f) Presupuesto global del establecimiento proyectado, así como su desglose por capítulos.

C) Oferta comercial.

Descripción de los productos que se comercializarán en el nuevo establecimiento, las distintas secciones del mismo y servicios accesorios o secundarios ofrecidos a la clientela.

D) Compromisos.

a) Memoria descriptiva del empleo que se prevé generar, con indicación de la plantilla total del establecimiento y modalidades de contratación.

b) Calendario previsto para la realización del proyecto.

Los compromisos que el promotor adquiera podrán incorporarse, en su caso, como condiciones de la licencia, cuyo incumplimiento posibilitará su revocación.

E) Informes.

El solicitante deberá aportar los siguientes informes, suscritos por profesionales no vinculados laboralmente a la empresa:

a) Informe de la viabilidad económica del proyecto, junto con un estudio de mercado con las previsiones de facturación.

b) Informe sobre el impacto económico del proyecto, destacando los efectos que ha de producir sobre los precios, el nivel y calidad de la oferta, el flujo comercial y las cuotas de mercado en el sector de la distribución, que resultarían de su implantación.

c) Evaluación del impacto ambiental del proyecto.

d) Informe de la incidencia del proyecto sobre la red vial, el tráfico y los servicios urbanos.

e) Informe de la incidencia del proyecto sobre el empleo en la zona.

3. El Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo solicitará informe precep-

tivo al Tribunal de Defensa de la Competencia que tendrá carácter no vinculante.

El citado Departamento también podrá exigir la presentación de documentos o datos complementarios cuando los suministrados resulten insuficientes.

Artículo 23. Tramitación del expediente de implantación de grandes establecimientos comerciales.

1. El promotor o el operador de un gran establecimiento comercial tramitará ante el Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda un expediente regulador de implantación que se ajustará a lo establecido en el presente artículo.

2. El promotor o el operador presentará ante el Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda el correspondiente Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal quien lo tramitará conforme prevé la Ley Foral 10/1994, de 4 de julio, de Ordenación del Territorio y Urbanismo, haciendo llegar copia de la solicitud al Departamento competente en materia de comercio.

El Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal podrá desarrollarse en cualquier clase de suelo, vinculando sus determinaciones al planeamiento local, que deberá adaptarse a aquellas en la primera modificación o revisión del Plan Municipal.

Cuando el Departamento competente en materia de ordenación del territorio considere, previo informe favorable del Departamento competente en materia de comercio del Gobierno de Navarra, que el grado de incidencia supramunicipal del establecimiento proyectado no hace necesaria la aprobación del Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal, lo declarará así, pudiendo establecer las condiciones y determinaciones que considere pertinentes. Tras la declaración, la implantación del gran establecimiento comercial se instrumentalizará, en su caso, por la vía de la modificación del planeamiento municipal, conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del apartado 5 del presente artículo.

El Departamento competente en materia de comercio informará en el curso de la tramitación del expediente, acerca de los aspectos que considere de interés para resolver sobre el otorgamiento de la licencia comercial específica de grandes establecimientos comerciales.

3. El expediente de autorización incluirá el informe del Tribunal de Defensa de la Competencia al que se refiere la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, así como el informe de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Navarra, que serán solicitados por el Departamento competente en materia de comercio.

Cuando transcurran más de dos meses a partir de la solicitud de informe al Tribunal de Defensa de la Competencia, se podrá proseguir la tramitación del expediente.

El informe del Tribunal de Defensa de la Competencia deberá dilucidar si existe posición de dominio en el mercado, aplicando para ello en el ámbito de Navarra los porcentajes máximos establecidos en la normativa básica estatal.

4. Los Departamentos competentes en materia de ordenación del territorio y comercio del Gobierno de Navarra efectuarán una propuesta inicial conjunta. Dicha propuesta inicial conjunta será presentada al Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista, que informará acerca de los aspectos que considere oportunos.

5. Previo informe de la Comisión de Ordenación del Territorio acerca de la propuesta inicial conjunta, el Gobierno de Navarra podrá acordar la continuación del expediente de otorgamiento de Licencia comercial específica y la declaración del Proyecto como de Incidencia Supramunicipal. El Acuerdo del Gobierno de Navarra se publicará en el «Boletín Oficial de Navarra».

Las propuestas del Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal o de autorización de modificación del planeamiento municipal y de licencia comercial específica se someterán a trámites simultáneos de información pública y de audiencia de los Ayuntamientos sobre los que incida el gran establecimiento comercial proyectado, por un plazo mínimo de un mes.

6. Analizadas las alegaciones presentadas, los Departamentos competentes en materia de ordenación del territorio y comercio del Gobierno de Navarra efectuarán una propuesta conjunta. Dicha propuesta conjunta será presentada al Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista, que informará acerca de los aspectos que considere oportunos.

7. La propuesta a la que se refiere el apartado anterior será elevada al Gobierno de Navarra, que podrá separarse motivadamente de los criterios de la misma y de conformidad con los criterios de autorización contenidos en la presente Ley Foral y en el Modelo Comercial de Grandes Establecimientos de Navarra, excepto en los aspectos sobre los que coincidan en manifestar disconformidad o rechazo:

Un Ayuntamiento en cuyo término vaya a ubicarse total o parcialmente el gran establecimiento comercial; La Comisión de Ordenación del Territorio.

8. El acuerdo de autorización se publicará en el «Boletín Oficial de Navarra».

Artículo 24. Elementos para el otorgamiento de las licencias.

1. El otorgamiento o la denegación de la licencia comercial específica se resolverá previa ponderación de la adecuación del Proyecto de nueva implantación, ampliación o modificación, al Modelo Comercial de Grandes Establecimientos en Navarra establecido en el artículo 18, a la Estrategia Territorial de Navarra, y se tendrán en cuenta igualmente los siguientes criterios derivados del propio proyecto:

a) Efectos del establecimiento proyectado sobre la estructura comercial de la zona. Se valorará:

El aumento de la competencia que pueda resultar de la implantación.

La integración de las empresas comerciales del área de influencia en la gran superficie que se pretende implantar.

Cualesquiera otras medidas de colaboración entre el gran establecimiento y las pequeñas empresas comerciales que contribuya a minorar la repercusión social y económica del proyecto.

Los efectos de la implantación en el equilibrio regional.

b) Efectos de la implantación sobre el nivel y volumen de empleo. En este aspecto se valorará:

La creación de empleo que suponga la implantación del establecimiento, así como las características de los puestos de trabajo, en especial, su estabilidad y su contribución al mantenimiento, aumento o disminución del nivel de ocupación en el área de influencia.

c) Efectos de la implantación sobre la comercialización de productos regionales.

d) Impacto urbanístico y paisajístico sobre la zona. Se tendrán especialmente en cuenta:

La incidencia en la red viaria, la accesibilidad al establecimiento comercial y la dotación de aparcamiento y otros servicios.

Las características y la integración del establecimiento en el entorno urbano y su incidencia en el medio ambiente.

2. La resolución del proyecto de modificación o apertura de grandes establecimientos podrá:

a) Limitar, condicionar o prohibir la implantación o modificación de grandes establecimientos comerciales, en función a los factores que dichas directrices prevean.

b) Establecer limitaciones a la extensión total de las superficies de los grandes establecimientos comerciales o a la extensión de las superficies dedicadas a usos.

c) Condicionar la implantación o modificación de grandes establecimientos a la exclusión de determinados usos que impliquen niveles de competencia para actividades ubicadas en el entorno que se consideren dignas de protección.

3. La aprobación de los expedientes y en su caso la adecuación a las directrices previstas requerirán informes previos, preceptivos y vinculantes de la Comisión de Ordenación del Territorio y del Consejo Navarro Asesor de Comercio establecido en el artículo 59 de la presente Ley Foral y un trámite de información pública de al menos un mes de duración previo a la aprobación del mismo por parte del Gobierno de Navarra.

Artículo 25. *Régimen del silencio administrativo.*

El plazo máximo para resolver expresamente el expediente de autorización o modificación de la licencia comercial específica será de seis meses. Dicho plazo podrá ser ampliado cuando así lo requiera la tramitación del Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal.

Si no recae resolución expresa en el plazo fijado, el promotor podrá considerar desestimada su solicitud.

Artículo 26. *Coordinación con la Administración Local.*

En el supuesto de otorgamiento de licencia comercial específica, el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo se lo comunicará al Ayuntamiento en cuyo territorio hubiere de instalarse el establecimiento autorizado a efectos de concesión de las oportunas licencias de obras y de apertura.

La Administración local otorgante deberá informar al citado Departamento la fecha de concesión de las licencias municipales, las condiciones a las que se subordinan y los plazos de ejecución de los proyectos de obras e instalaciones.

Artículo 27. *Vigencia de la licencia comercial de gran establecimiento.*

1. La licencia comercial prevista en este capítulo tendrá carácter indefinido. No obstante lo anterior, la licencia caducará si a los seis meses no se han iniciado las obras, contados a partir del día siguiente a la notificación de su concesión, salvo prórroga otorgada por el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo por causa justificada. La prórroga se concederá por un período no superior a los seis meses y no podrá ser renovada.

2. El inicio de las obras y el comienzo de la actividad deberán ser notificados al citado Departamento. Para acreditar el inicio de la obra se requerirá certificación del director facultativo de aquella.

3. A efectos de prórrogas se tendrá en cuenta la demora en la concesión de las licencias municipales.

Artículo 28. *Tasa.*

1. La solicitud de la licencia comercial específica devengará una tasa equivalente a multiplicar por 500

pesetas cada metro cuadrado de superficie útil de exposición y venta del establecimiento proyectado.

2. Esta tasa deberá ser abonada con la solicitud correspondiente. La falta de pago de la tasa determinará la no iniciación del procedimiento.

Artículo 29. *Cambios de titularidad y cesión de la licencia.*

1. Los cambios de las personas físicas o jurídicas promotores de la autorización por traspaso, deberán ser notificados fehacientemente al Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de ordenación del territorio para producir efectos jurídicos.

2. La licencia comercial específica sólo se podrá ceder, previa solicitud dirigida al Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio, si se cumplen los siguientes requisitos:

a) Que hayan transcurrido al menos 5 años a partir del momento de la obtención de la licencia.

b) Que el Gobierno de Navarra acuerde autorizar la transmisión.

3. Cuando como consecuencia de fusiones o absorciones, la empresa resultante pase a ser titular de una licencia comercial específica concedida a la fusionada o absorbida, el Gobierno de Navarra podrá revocarla si dejen de concurrir los requisitos que motivaron su otorgamiento, sin que ello comporte derecho indemnizatorio alguno.

CAPÍTULO III

De otros establecimientos sometidos a autorización

Artículo 30. *Establecimiento comercial minorista de mediana superficie.*

1. Tendrán la consideración de establecimiento comercial minorista de mediana superficie los establecimientos individuales o colectivos dedicados al comercio minorista, polivalente o especializado, que tengan una superficie útil para venta y exposición de productos superior a los 1.500 metros cuadrados e inferior a 2.500 metros cuadrados cuando se ubiquen en Pamplona y su Comarca y en municipios cuya población supere los 12.000 habitantes.

2. La apertura y ampliación de los mismos estarán sujetas a los requisitos especificados para la concesión de licencias municipales de obras y de apertura, previa presentación de un estudio de incidencia urbanística y de ordenación del tráfico y aparcamientos en la zona de implantación. En él quedará debidamente acreditada la aptitud urbanística del suelo donde se vaya a ubicar el establecimiento y la superficie destinada a aparcamiento y número de plazas dentro de las dimensiones del mismo.

Artículo 31. *Establecimientos denominados de «descuento duro».*

1. Son establecimientos comerciales de «descuento duro» los de venta al por menor de productos de alta rotación y consumo generalizado que, con una superficie de venta superior a 500 metros cuadrados, cumplen al menos tres de las siguientes características:

a) Que exista predominio de productos de alimentación en régimen de autoservicio.

b) Que más del 50 por 100 de los artículos ofertados sean marcas comerciales propiedad de la cadena titular del negocio ejercido en el establecimiento comercial o fabricadas en exclusiva para la misma.

c) Que el número de referencias en la oferta total del establecimiento sea inferior a mil.

d) Que las bolsas donde se empaqueten los artículos vendidos tengan un precio específico.

2. La apertura y ampliación de los mismos estarán sujetas a los requisitos especificados para la concesión de licencias municipales de obras y de apertura.

Dichos establecimientos estarán sometidos a las condiciones que se impongan para el otorgamiento de licencias municipales de obras y de apertura.

TÍTULO III

Horarios comerciales

Artículo 32. *Horario en días laborables.*

El horario de apertura y cierre de los establecimientos comerciales en días laborables, así como los días en que se desarrollará su actividad, con una jornada comercial máxima de quince horas, serán fijados libremente por cada comerciante, todo ello sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en el régimen laboral.

Artículo 33. *Horario en días festivos.*

1. Los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial en la Comunidad Foral de Navarra, salvo los expresamente autorizados.

2. Anualmente se establecerá por el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, previa audiencia del Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista, antes del 15 de diciembre de cada año, el calendario que regirá al año siguiente comprensivo de los domingos y festivos que se consideren hábiles con un mínimo de nueve en 2001, diez en 2002, once en 2003 y doce en 2004.

3. Este calendario será susceptible de variación mediante orden foral del citado Departamento, previa solicitud motivada y presentada con una antelación de dos meses por los Ayuntamientos interesados para sus respectivos términos municipales.

4. El Pleno de los Ayuntamientos interesados podrá permutar algunos de los días festivos por otros en los que se celebren sus fiestas locales y que estén incluidos en el calendario laboral. El Ayuntamiento comunicará su decisión a la Dirección General competente en materia de comercio con una antelación mínima de un mes. A dicha permuta se le dará publicidad por parte de la propia administración municipal para general conocimiento de los comerciantes y consumidores de su término.

5. El horario de apertura y cierre de cada día festivo será libremente fijado por el comerciante, sin que pueda exceder de doce horas diarias.

Artículo 34. *Información sobre horarios.*

En todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información del calendario y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando esté cerrado el establecimiento.

Artículo 35. *Libertad de horario.*

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público los establecimientos previstos en el artículo 43.3 del Real Decreto-ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios.

2. También tendrán plena libertad para fijar los días y horas de apertura los locales comerciales para la celebración en los mismos de exposiciones, certámenes comerciales para la actividad de lanzamiento de un nuevo producto, siempre que no se venda y que se comunique como mínimo con un mes de antelación a la fecha prevista de su realización al Departamento competente en materia de certámenes.

Artículo 36. *Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos.*

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales ubicados tanto en el interior de museos o cualquier local destinado a exposiciones, muestras, etcétera, culturales como independientemente de los mismos.

2. Son productos culturales aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales. La enumeración de los productos culturales a estos efectos será establecida mediante orden foral del Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo.

TÍTULO IV

Obligaciones de los comerciantes minoristas

Artículo 37. *Obligaciones genéricas.*

Los comerciantes minoristas habrán de cumplir los siguientes deberes:

a) Con carácter general, los establecidos por las normas relativas a los bienes cuya venta ofrecen. En especial han de cumplir las normas relativas a la composición de los productos, etiquetado y de seguridad de los mismos, así como las especiales del sector o sectores comerciales que constituyan el objeto de su actividad, y retirar de su establecimiento los bienes que no cumplieren tales normas.

b) Acreditar ante la Administración competente estar en posesión de las autorizaciones y licencias que les sean exigibles.

c) Hallarse al corriente en el pago de los tributos de cualquier clase de los que resulten sujetos pasivos.

d) Cumplir las normas de protección de los derechos de consumidores y usuarios.

Artículo 38. *Obligaciones básicas frente a los consumidores.*

Conforme a la normativa general y autonómica en materia de defensa de los consumidores y usuarios, y sin perjuicio de la misma, los comerciantes minoristas deberán observar las siguientes determinaciones:

a) Exhibir junto a los artículos sus correspondientes precios de venta al público.

b) Entregar factura, recibo o documento acreditativo de la operación realizada debidamente desglosado en su caso, salvo que el consumidor renuncie expresamente a su entrega.

c) Tener a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones.

d) Entregar documento de garantía en toda venta de artículos de naturaleza duradera.

e) Realizar sus actividades promocionales sin incurrir en formas de publicidad ilícita, en particular, sin incurrir en publicidad engañosa.

f) Contratar con los consumidores sin existencia de cláusulas abusivas.

g) Comercializar artículos seguros y con un adecuado servicio de asistencia técnica.

Artículo 39. *Exhibición de precios.*

1. El precio deberá figurar junto a todos los artículos ofertados a la venta.

2. Los precios deberán indicarse de modo directo, figurando en el artículo o junto a él; legible, mediante caracteres claros y de tamaño suficiente; exacto, prohibiendo toda forma de exhibición de precio que obligue a realizar cálculos aritméticos para determinar su cuantía, excepto la aplicación de porcentajes sencillos de descuento sobre el precio indicado; y completo, incluyendo el importe de los incrementos o descuentos aplicables en su caso y cuantos tributos puedan o deban repercutirse en el consumidor.

TÍTULO V

Promociones de ventas

CAPÍTULO I

Disposiciones comunes

Artículo 40. *Concepto.*

1. Venta de promoción es aquella actividad por la que el comerciante minorista presenta al consumidor final una serie de condiciones más ventajosas por las cuales puede adquirir los artículos objeto de la promoción a un precio reducido respecto del anterior o con otro tipo de incentivos favorables.

2. La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberá figurar con claridad:

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta.
- c) El periodo de vigencia de la promoción, que no podrá ser inferior a dos días consecutivos, ni superior a treinta días.

d) Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta.

Artículo 41. *Pertenencia previa al inventario.*

Para que pueda practicarse una promoción comercial es preciso que los artículos ofertados hubieren formado parte de las existencias previas del comerciante, sin que puedan ser adquiridos con el fin exclusivo de ser incluidos en aquellas promociones, salvo la promoción para lanzamiento de nuevos productos, todo ello sin perjuicio de la especificidad de los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos.

Artículo 42. *Medios de pago.*

El comerciante que practique cualquier tipo de venta promocional o especial tendrá la obligación de informar al consumidor sobre los medios de pago admisibles en la operación, a través de su publicidad general en la exposición visible desde el exterior del establecimiento.

Artículo 43. *Duración de las promociones.*

1. En toda promoción o publicidad de promoción de ventas, el comerciante deberá contar con las existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible de los consumidores, salvo que se trate de una venta en liquidación.

2. En cualquier caso, se considerará que la promoción no satisface la demanda previsible si las existencias no son suficientes para atender la demanda originada durante un día completo de apertura comercial, sin perjuicio de lo dispuesto especialmente sobre la duración de las rebajas.

3. En los envases de los productos en que se promocionen regalos deberá indicarse la duración de la promoción.

4. En el supuesto anterior, el fabricante o el comerciante, en su caso, estarán obligados a la entrega de la prima si el consumidor adquirió el derecho a ella mientras los productos han estado expuestos a la venta, aunque hubiera caducado la promoción.

5. Fuera de las reglas anteriores y de lo dispuesto especialmente para la venta en rebajas, no será preciso que en la promoción se indique la duración de la misma.

Artículo 44. *Artículos promocionados.*

1. El comerciante no podrá limitar el número de unidades del producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador.

2. Tampoco podrá aplicar una alteración del precio a la vista de la mayor venta que se produzca.

3. Cuando la oferta no sea suficiente para satisfacer toda la demanda, no se podrán establecer criterios discriminatorios de preferencias entre los compradores.

4. Cuando las promociones no alcancen a la mitad del inventario no podrán anunciarse como una medida general.

5. Los artículos promocionados deberán estar claramente separados del resto de los artículos y del resto de las promociones que puedan concurrir en el establecimiento.

Artículo 45. *Doble precio.*

Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la diferencia de precio de determinados productos, obligará al comerciante a hacer constar en cada uno de ellos el precio ordinario con que se haya valorado el artículo con anterioridad y el precio actual.

CAPÍTULO II

Clases

Artículo 46. *Venta en rebajas.*

1. Se considera venta en rebajas aquella venta en la que se oferta al público artículos a un precio inferior al fijado antes de su venta o en unas condiciones especiales que supongan una minoración en relación con el precio practicado habitualmente.

2. La venta en rebajas sólo podrán celebrarse en dos temporadas anuales; una iniciada al principio del año, y la otra, en torno al periodo estival, atendiendo a los usos y costumbre y a los periodos de mayor venta, estableciéndose un periodo mínimo de una semana y uno máximo de dos meses. Las fechas iniciales y finales de cada temporada se determinarán mediante orden foral del Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra. Las

fechas de rebajas elegidas por cada comerciante, dentro de los criterios establecidos en la orden foral, deberán ser expuestas en el exterior de cada establecimiento comercial en lugar visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

3. No podrá presentarse una promoción de ventas como rebajas si no se ofrecen a precio reducido al menos la mitad de los artículos existentes. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

4. Tampoco podrán ofrecerse en rebajas:

a) Artículos obsoletos, sin perjuicio de que se ofrezcan en el mismo establecimiento como saldos.

b) Artículos que no hubieran formado parte de la oferta habitual de ventas del establecimiento durante el mes anterior al inicio de las mismas.

c) Artículos que hubieran sido objeto de cualquier tipo de promoción durante el mes anterior al inicio de la temporada de rebajas.

d) Artículos deteriorados.

Artículo 47. *Saldos.*

1. Se considera venta de saldos aquella venta en la que se oferta al público artículos con un valor de mercado disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos. Este tipo de ventas deberá anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de «venta de restos».

2. Los artículos ofertados como saldos deberán pertenecer al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, sin perjuicio de los establecimientos dedicados específicamente a dicho sistema de venta.

3. El comerciante deberá hacer identificar expresamente la oferta de artículos defectuosos o deteriorados.

4. Todo comerciante podrá ofrecer venta de saldos de sus propios artículos, con carácter permanente, siempre que estén debidamente separados del resto de los artículos y del resto de promociones.

5. Los establecimientos dedicados a la práctica permanente y exclusiva de saldos deberán indicarlo claramente en el exterior. Sólo este tipo de establecimientos podrá saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldo.

Artículo 48. *Ventas en liquidación.*

1. La regulación de las ventas en liquidación se somete a lo establecido en los artículos 30 y 31 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, con las siguientes especificaciones:

2. En el supuesto de que una empresa 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.

3. La liquidación por la realización de obras de importancia sólo será posible cuando las mismas requieran el cierre del local.

4. La liquidación de los productos debe efectuarse en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, salvo en los casos de cierre inminente de local y de los de fuerza mayor.

5. El comerciante que practique una liquidación deberá comunicar este hecho al Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra con una antelación de diez días a su inicio efectivo, expresando la causa de la liquidación,

la duración prevista y las mercancías ofertadas. Una copia de esta notificación deberá estar expuesta al público.

El comerciante podrá solicitar del Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo una prórroga de un mes y siempre por causa justificada. Transcurridos quince días desde la entrada en Registro de la solicitud sin que haya recaído resolución expresa, la petición se entenderá concedida.

Artículo 49. *Ventas con obsequio.*

1. Se considera venta con obsequio aquella en la que el comerciante oferta u obsequia al comprador con otro producto o servicio adicional, a precio especialmente reducido o de manera gratuita, directamente o mediante la participación en un sorteo o concurso, con la finalidad de promover las ventas de dichos productos promocionados.

2. La calidad de los objetos o servicios que se promocionen no podrá ser de calidad distinta a los que posteriormente serán objeto en la venta ordinaria, quedando prohibida, además, la modificación al alza del precio durante el periodo de la oferta de venta con obsequio.

3. El número de existencias con las que cuenta el comerciante para hacer frente a la obligación de 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 y no podrán ser modificadas durante el periodo de vigencia de la oferta.

4. Todo sorteo o concurso en que se exija al participante un desembolso inicial estará sujeto a la legislación del juego, salvo que los vales o participaciones en el sorteo o concurso se ofrezca como obsequio con la compra de productos.

5. Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra o en un plazo máximo de dos meses a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos.

6. Queda prohibida la entrega del obsequio condicionada a la adquisición de cualquier otro producto o servicio. En todo caso, se respetarán los derechos e intereses de los consumidores establecidos en la legislación vigente.

TÍTULO VI

Ventas especiales

Artículo 50. *Concepto.*

1. Se consideran ventas especiales a efectos de la presente Ley Foral las ventas a distancia, las ventas ambulantes, las ventas automáticas y las ventas en pública subasta.

2. En todo lo no regulado en el presente Título, se estará a lo dispuesto en el Título III de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que tendrá carácter supletorio.

Artículo 51. *Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.*

1. Se crea el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra que dependerá orgánicamente de la Dirección General competente en materia de comercio. Tendrá carácter

público y naturaleza administrativa y constará de las secciones de:

- a) Comerciantes de venta a distancia.
- b) Comerciantes de venta ambulante.
- c) Comerciantes de venta automática.
- d) Comerciantes de venta en pública subasta.

2. Se incorporarán a este Registro los medios técnicos e informáticos adecuados, con las limitaciones que, para la utilización de estos medios y para el acceso a los documentos relativos a materias protegidas por el secreto comercial o industrial, establecen las leyes.

3. El Registro deberá estar coordinado con los de naturaleza igual o similar organizados por el Estado o por las demás Comunidades Autónomas y guardará un especial deber de colaboración con ellos.

Artículo 52. *Venta a domicilio.*

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

2. La publicidad de la oferta de este tipo de venta, que deberá ser entregada al consumidor, incluirá los siguientes extremos:

- a) Identificación y domicilio de la empresa.
- b) Número de autorización para la práctica de este tipo de venta.
- c) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- d) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

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

Artículo 53. *Venta ocasional.*

1. Se denomina venta ocasional aquella que se realiza por un periodo inferior a un mes, en establecimientos que no tengan carácter comercial permanente para esta actividad, y que no constituya venta ambulante.

2. Esta modalidad de venta deberá ser autorizada por el Departamento competente en materia de comercio.

En la solicitud se determinarán los siguientes extremos:

- a) Identificación del vendedor.
- b) Descripción de las características de los productos.
- c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) Título de uso del local.

Asimismo, se adjuntará documentación justificativa de los extremos a que se refiere la solicitud.

3. En aquellos supuestos en los que la venta ocasional sea en subasta no sujeta a legislación específica, entendiéndose por subasta aquella en la que se adjudican productos a quien oferta un precio superior al del resto de los posibles adquirentes, se exigirá, además, la especificación de los requisitos mínimos para la adjudicación del producto.

Artículo 54. *Autorización.*

1. Estas ventas estarán sometidas a autorización previa, que deberá ser otorgada por el Departamento

de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, y los comerciantes que las ejerzan deberán hallarse inscritos en el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.

2. Las empresas que pretendan practicar cualquiera de las modalidades de venta enumeradas en el apartado anterior, deberán dirigir una solicitud al citado Departamento, en la que deberán acreditar, con carácter general:

- a) Identificación del empresario, con la inscripción, en su caso, en el Registro Mercantil y la identificación fiscal.
- b) Memoria explicativa de la actividad a realizar, relación de productos o servicios que configura su oferta, ámbito de actuación y establecimientos en Navarra.
- c) Certificación de encontrarse al corriente en sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social.
- d) Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y al corriente de pago.
- e) Cumplimiento de los requisitos reglamentariamente exigidos para cada producto o servicio o las autorizaciones adicionales exigidas para la práctica de cada tipo de venta.
- f) Las condiciones generales que la empresa subastadora imponga en sus relaciones con propietarios y licitadores, en el caso de venta en pública subasta.

3. La autorización se entenderá concedida si no se ha dictado resolución expresa en el plazo de un mes a contar desde la entrada de la solicitud en el Registro o desde que se completó la documentación requerida.

4. Sólo podrá denegarse la autorización requerida si no se acredita alguno de los requisitos anteriormente expuestos.

5. La autorización podrá revocarse por el cese en la actividad de la empresa o por incumplimiento sobrevenido de los requisitos establecidos para ello. Los comerciantes autorizados para ejercer ventas especiales deberán notificar a la Administración cualquier modificación que se produzca respecto de los datos declarados en la solicitud de autorización.

6. Tanto las autorizaciones y sus modificaciones como las revocaciones de las ventas especiales se inscribirán de oficio en el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra. La inscripción de las autorizaciones comprenderá los datos relativos a la identificación de la empresa, las modalidades de venta, los productos o servicios que configuran su oferta comercial, su ámbito de actuación y el lugar al cual puedan dirigir sus reclamaciones los consumidores.

7. Los comerciantes deberán tener una copia de la autorización a disposición de los consumidores y exhibirla si la venta se efectúa con presencia simultánea de ambas partes.

Artículo 55. *Venta en cadena o pirámide.*

Se entiende por venta en pirámide o en cadena cualquier tipo de venta en la que se ofrece a los consumidores o usuarios productos o servicios a precio reducido e incluso gratuito a condición de que éstos consigan, directa o indirectamente, otros clientes o un determinado volumen de ventas.

Queda prohibida la mediación de los consumidores o usuarios en las prácticas en cadena o pirámides.

Artículo 56. *Oferta de premios o regalos mediante sorteo.*

Cuando un comerciante comunique a cualquier consumidor o usuario que ha sido agraciado por sorteo con un premio o bien con la entrega de un obsequio, no puede condicionar, directa o indirectamente, su entrega a la compra de productos o servicios.

TÍTULO VII

De los certámenes comerciales

Artículo 57. *Concepto.*

1. Se denominan certámenes comerciales las manifestaciones de carácter comercial que tengan por objeto la exposición, difusión y promoción comercial de bienes y/o servicios, facilitar el acercamiento entre la oferta y la demanda que conduzca a la realización de transacciones comerciales y potenciar la transparencia del mercado. Previa autorización del Departamento competente en materia de certámenes comerciales, podrán llevarse a cabo ventas directas durante su desarrollo.

2. Los certámenes comerciales definidos en el apartado anterior recibirán la denominación de «ferias» cuando su celebración tenga carácter periódico, y «exposiciones» cuando carezcan de dicho carácter.

3. Reglamentariamente se determinará la clasificación de los certámenes comerciales, en función tanto de la procedencia como de las características de los bienes y/o servicios a exhibir.

Artículo 58. *Certámenes comerciales oficiales.*

1. Los certámenes comerciales tendrán la calificación de oficiales cuando su organización y celebración haya sido autorizada por el Departamento competente en esta materia, previo el cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se determinen.

2. Los términos «feria oficial», «feria oficial de muestras», «feria oficial monográfica», «exposición oficial», «salón oficial monográfico» o similares, incluyan o no referencias a su ámbito, únicamente podrán ser utilizados por las manifestaciones comerciales a que se refiere el apartado anterior del presente artículo.

3. La organización y celebración de certámenes oficiales, cuando por la procedencia de los bienes y/o servicios a exhibir tengan un ámbito igual o superior al del territorio de la Comunidad Foral de Navarra, podrá reservarse, con carácter exclusivo, a las instituciones feriales definidas en el artículo 56, en los términos que reglamentariamente se determinen.

4. Cada uno de los certámenes comerciales oficiales contará con un comité encargado de marcar a los organizadores de los mismos las principales pautas para su desarrollo. La designación de los miembros de los comités será competencia de la entidad organizadora del certamen comercial correspondiente, debiendo informar de la misma al Departamento competente en materia de certámenes comerciales, quien a su vez podrá designar uno o varios representantes en los mismos. Su composición, competencias y funcionamiento se determinará reglamentariamente.

Artículo 59. *Comisión de certámenes comerciales.*

1. El Gobierno de Navarra, a propuesta del Departamento competente en la materia, creará una Comisión de Certámenes Comerciales de Navarra, adscrita a dicho Departamento, como órgano de encuentro de instituciones y agentes económicos y sociales, cuya competencia será la de elevar propuestas y asesorar en materia de política ferial.

2. Reglamentariamente se determinarán sus funciones, composición y régimen de funcionamiento. Participarán en el mismo el Gobierno de Navarra, la Federación Navarra de Municipios y Concejos, la Cámara de Comercio, las organizaciones empresariales y los sectores económicos con mayor implicación en las manifestaciones comerciales a celebrarse en la Comunidad Foral.

Artículo 60. *Organización de certámenes comerciales.*

1. Los certámenes comerciales a que se refiere el presente título podrán ser organizados por:

- a) Instituciones feriales.
- b) Otras entidades organizadoras, públicas o privadas.

2. Son instituciones feriales las entidades con personalidad jurídica propia y sin ánimo de lucro, cuyo objeto sea la promoción y organización de certámenes comerciales.

3. Las instituciones feriales se regirán por sus estatutos, los cuales regularán todo lo relativo a su constitución, administración, composición y disolución, así como las facultades de sus órganos de gobierno, en los que estarán representados el Gobierno de Navarra, el Ayuntamiento del domicilio de la institución, la Cámara de Comercio, sin perjuicio de la participación de otros entes públicos o privados. Los estatutos de las instituciones feriales deberán ser aprobados por el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de certámenes comerciales.

4. Reglamentariamente se determinarán las condiciones y requisitos para su válida constitución y para el ejercicio de su actividad como institución ferial.

Artículo 61. *Registro Oficial de Certámenes Comerciales.*

1. El Gobierno de Navarra creará un Registro Oficial de Certámenes Comerciales de la Comunidad Foral de Navarra, dependiente del Departamento competente en dicha materia.

2. El Registro Oficial de Certámenes Comerciales constará de dos secciones. En la sección primera se inscribirán, preceptivamente, las instituciones feriales y las demás entidades organizadoras cuyo objeto consista en la organización de certámenes comerciales oficiales, previo cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

3. En la sección segunda se inscribirán los certámenes comerciales autorizados y calificados por el Departamento competente en la materia, previo el cumplimiento de los requisitos y plazos que reglamentariamente se determinen. La inscripción determinará la inclusión del certamen de referencia en el Calendario Oficial de Certámenes Comerciales de Navarra. Así mismo, se inscribirán en esta sección y se incluirán en dicho Calendario Oficial los certámenes comerciales calificados como internacionales por la autoridad competente.

Artículo 62. *Subvenciones y ayudas.*

Para acceder a subvenciones o a cualquier otro tipo de ayuda pública para la celebración de certámenes comerciales, se exigirá como requisito que se hallen inscritos en la sección segunda del Registro señalado en el artículo anterior.

TÍTULO VIII

Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista

Artículo 63. *Constitución y composición del Consejo.*

1. Se instituye el Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista como órgano consultivo en la Comunidad Foral de Navarra competente en la citada materia, cuya composición, organización y funcionamiento será desarrollado reglamentariamente.

2. Serán funciones del citado Consejo las siguientes:

a) Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las Administraciones competentes en dicha materia.

b) Informar cuantos proyectos de ley foral y demás disposiciones elabore el Gobierno de Navarra relacionadas con el sector comercial.

c) Elaborar un informe anual sobre la situación comercial de la Comunidad Foral.

d) Evacuar los informes de adecuación de la licencia de grandes establecimientos comerciales, contrastando el criterio de aplicación del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos de Navarra a los proyectos presentados de nueva apertura o modificación de establecimientos, según se recoge en los artículos 18 y 24 de la presente Ley Foral.

e) Proponer y hacer prosperar y colaborar en la realización de los estudios necesarios para la revisión y evaluación de las necesidades de actualización del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos de Navarra desarrollado en el artículo 19 de la presente Ley Foral.

f) Cualquier otra que reglamentariamente se establezca.

3. En su composición estarán debidamente representados los agentes económicos y sociales más representativos del sector en la Comunidad Foral y, entre ellos, la Cámara Navarra de Comercio e Industria, la Federación Navarra de Municipios y Concejos, la Federación de Asociaciones de Comerciantes de Navarra, la Confederación de Empresarios de Navarra, las Asociaciones de usuarios y consumidores y las organizaciones sindicales con presencia en el sector.

4. El Consejo Navarro Asesor de Comercio quedará adscrito al Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra.

TÍTULO IX

Régimen sancionador

CAPÍTULO I

Competencia y procedimiento

Artículo 64. *Competencia.*

1. El Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio instruirá los expedientes sancionadores de acuerdo con lo previsto en la presente Ley Foral.

2. El órgano competente para imponer sanciones por infracciones leves será el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio. El órgano competente para imponer sanciones por infracciones graves y muy graves será el Gobierno de Navarra.

Artículo 65. *Procedimiento.*

1. El expediente sancionador se iniciará de oficio, en virtud de denuncia o a instancia del Departamento competente en materia de ordenación del territorio cuando la infracción pudiera tener repercusiones en el ámbito de este último.

2. El expediente sancionador deberá incluir al menos un informe técnico que detalle las circunstancias de la infracción, junto con todas las pruebas que haya sido posible obtener. Si la infracción pudiera tener repercusiones en el ámbito del Departamento competente en materia de ordenación del territorio, será preceptivo y vinculante el informe de este último.

3. Transcurridos tres meses a partir del momento en que se solicite el citado informe preceptivo sin que

el Departamento competente en materia de comercio lo haya recibido, este podrá resolver el expediente sancionador.

4. El plazo máximo para la instrucción del procedimiento será de seis meses.

Artículo 66. *Procedimientos penales.*

1. En los casos en que las infracciones a que se refiere la presente Ley Foral pudieran ser constitutivas de ilícito penal, el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio lo pondrá en conocimiento del Ministerio Fiscal. De igual forma, cuando se estime que las conductas puedan ser constitutivas de prácticas competenciales prohibidas, conforme a la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, lo comunicará al Tribunal de Defensa de la Competencia.

2. En ambos casos, el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio suspenderá la tramitación del expediente administrativo hasta tanto se proceda al archivo o recaiga resolución firme en aquellas instancias, interrumpiéndose el plazo de prescripción de la infracción administrativa o, de existir ya resolución sancionadora, de la sanción acordada.

3. En el supuesto de que se tuviera conocimiento por el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio de instrucción de causa penal o de procedimiento ante el Tribunal de Defensa de la Competencia se procederá a la suspensión del procedimiento administrativo sancionador. En cualquier caso, se mantendrán las medidas de aseguramiento ya tomadas, en tanto no sean sustituidas por las que resuelva la autoridad competente.

Artículo 67. *Responsabilidad administrativa.*

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en la presente Ley Foral corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos comerciales dedicados al comercio minorista, que las hubiesen cometido en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de Navarra.

CAPÍTULO II

Infracciones administrativas

Artículo 68. *Definición.*

1. Constituyen infracciones administrativas en materia de comercio las acciones u omisiones tipificadas en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y en la presente Ley Foral, sin perjuicio de las responsabilidades de orden civil o de orden penal que pudieran derivarse.

2. Serán de aplicación los principios y normas básicas que condicionan el ejercicio de la potestad administrativa sancionadora, contenidas en el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 69. *Clasificación y tipificación de las infracciones.*

1. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves, siguiendo la tipificación establecida en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Además tendrán la calificación de infracciones las específicas que se relacionan a continuación.

2. Se consideran infracciones leves las siguientes:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección y el suministro de información inexacta o incompleta.

b) El desarrollo de actividades que impliquen vulneración de las condiciones de la licencia comercial específica, siempre que no constituyan infracción grave o muy grave.

c) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre el horario de apertura y cierre del establecimiento.

d) El incumplimiento de cualquier deber en relación con el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra, cuando no tenga la calificación de infracción grave.

e) El incumplimiento de las normas en materia de indicación de precios y en materia de prácticas promocionales de ventas, contenidas en esta Ley Foral.

f) En general, cualquier incumplimiento de las obligaciones contenidas en la presente Ley Foral que no tengan la consideración de infracciones graves o muy graves.

3. Se consideran infracciones graves:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección y de la Administración comercial, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o cualquier otra forma de presión.

b) El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de actividades infractoras.

c) Ampliar la superficie comercial neta de un gran establecimiento comercial sin contar con autorización adecuada a tal fin.

d) Causar perjuicios a la ordenación territorial y ecológica de la zona donde se asientan los grandes establecimientos comerciales.

e) La apertura del establecimiento comercial en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales, de aquéllos no excepcionados en el artículo 31 de esta Ley Foral.

f) La venta bajo el anuncio o la denominación de «ventas con obsequio», «ventas en rebaja», «ventas en liquidación», o «ventas de saldos», con inobservancia de las características legales definidoras de las mismas.

g) Estar afectados los objetos ofertados en las ventas con obsequio, en rebaja o en liquidación, por alguna causa que reduzca su valor de mercado.

h) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de su oferta.

i) Modificar durante el periodo de duración de la oferta de ventas con obsequio el precio o la calidad del producto.

j) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega de los obsequios promocionales.

k) El incumplimiento de la obligación de inscripción en los Registros establecidos en esta Ley Foral.

l) La comisión de cualquiera de las faltas leves establecidas en el presente artículo, cuando sea cometida de forma reincidente en el término de un año por el mismo responsable, y así sea declarado por resolución administrativa firme.

4. Se consideran infracciones muy graves:

a) La comisión de dos o más infracciones graves en el plazo de un año.

b) El inicio de actuaciones de edificación, aun amparadas por una licencia municipal de obras, sin que se haya obtenido la licencia comercial específica para la

instalación, ampliación o traslado de un gran establecimiento comercial.

c) El ejercicio de actividades comerciales en establecimientos que no hayan obtenido autorización, cuando esta sea preceptiva conforme a esta Ley Foral.

d) Causar perjuicios sustanciales e irreversibles a la ordenación territorial y ecológica de la zona donde se asientan los grandes establecimientos comerciales.

e) La comisión de cualquiera de las faltas graves establecidas en el presente artículo, cuando sea cometida de forma reincidente en el término de un año por el mismo responsable, y así sea declarado por resolución administrativa firme.

Artículo 70. *Prescripción de las infracciones.*

1. Las infracciones reguladas en la presente Ley Foral prescribirán a los seis meses, las calificadas como leves; a los dos años, las calificadas como graves; y a los tres años, las calificadas como muy graves.

2. Estos plazos se contarán a partir de la realización del acto sancionable o de la terminación del periodo de comisión si se trata de infracciones continuadas.

CAPÍTULO III

Sanciones

Artículo 71. *Cuantía de las multas.*

1. Las infracciones, conforme a lo dispuesto en la presente Ley Foral y la Ley 7/1996, de 15 de enero, serán sancionadas con apercibimiento o multa cuya cuantía se establece de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 500.000 pesetas.

b) Las infracciones graves serán sancionadas con multa desde 500.001 a 2.500.000 pesetas.

c) Las infracciones muy graves, con multa desde 2.500.001 pesetas hasta 100.000.000 pesetas.

2. Las cuantías fijadas en el apartado precedente podrán ser actualizadas en función del Índice de Precios al Consumo, mediante Decreto Foral. En la misma forma se fijará, cuando proceda, la cuantía equivalente en euros de las correspondientes sanciones económicas.

3. En todo caso, las sanciones atenderán a un criterio de proporcionalidad entre la infracción cometida y la naturaleza del infractor, teniéndose en cuenta a tales efectos la condición de gran establecimiento comercial o establecimiento comercial minorista.

Artículo 72. *Graduación.*

1. Las sanciones se graduarán especialmente en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causado, volumen de la facturación a la que afecta, el grado de voluntariedad o intencionalidad del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, la capacidad económica y el plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.

2. La sanción no podrá suponer más del 5 por 100 de la facturación del comerciante afectada por la infracción en el caso de infracciones leves, del 50 por 100 en el caso de las infracciones graves y del volumen total de dicha facturación en el caso de infracciones muy graves.

Artículo 73. Medidas cautelares.

1. La Administración podrá adoptar las medidas cautelares que a continuación se relacionan, a fin de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, cuando existan riesgos para la salud, grave riesgo de perjuicio para los intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, graves perjuicios en la ordenación territorial y ecológica del ámbito de desarrollo del comercio minorista, y cuando exista riesgo de distorsión del funcionamiento del mercado:

a) Intervención de mercancías falsificadas, fraudulentas, o no clasificadas o que incumplan los requisitos mínimos legalmente exigidos para su comercialización.

b) Suspensión de la actividad comercial hasta la subsanación de los defectos o el cumplimiento de los requisitos exigidos.

c) Clausura o cierre provisional de establecimientos e instalaciones que carezcan de las preceptivas autorizaciones, mientras permanezcan en esta situación.

2. La competencia para adoptar cualquiera de las medidas provisionales señaladas corresponderá a la Dirección General que tenga atribuida la competencia en materia de comercio y lo hará mediante acuerdo motivado.

Artículo 74. Prescripción de las sanciones.

1. Las sanciones impuestas por infracciones leves prescribirán a los seis meses; las impuestas por faltas graves, a los dos años; y las impuestas por faltas muy graves, a los tres años.

2. El plazo de prescripción comenzará a contarse a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

TÍTULO X**Medidas de apoyo al pequeño comercio****Artículo 75. Concepto.**

Se entenderán por medidas de apoyo al pequeño comercio las que con carácter de fomento del comercio tradicional puedan impulsarse desde las administraciones públicas, o desde las asociaciones de comerciantes.

Artículo 76. Objetivos.

1. Las actuaciones referidas en el artículo anterior tendrán como objetivos, además de procurar el equilibrio entre las diferentes fórmulas comerciales, el mantenimiento, impulso y modernización del sector comercial tradicional y su competitividad, sin perjuicio de la libre competencia, los siguientes:

a) Mejora de la capacidad tecnológica de las pequeñas y medianas empresas de distribución.

b) Impulsar la creación de centrales de compra y apoyar su expansión.

c) Fomentar la integración del pequeño comercio en cadenas de tiendas especializadas con el fin de dotarles de una imagen de marca.

d) Favorecer la diversificación empresarial, así como impulsar la atención al cliente como elemento diferenciador de la pequeña empresa.

e) Facilitar los instrumentos tendentes a la especialización, modernización y mejora de la gestión.

2. Para el desarrollo de estos objetivos el Gobierno de Navarra elaborará, consensuadamente con las organizaciones sociales, empresariales y profesionales, un Plan de Apoyo al Pequeño Comercio, que contenga, entre otras, las medidas de apoyo recogidas en esta Ley Foral.

Artículo 77. Medidas de apoyo.

1. El Gobierno de Navarra, mediante el oportuno desarrollo reglamentario, extenderá al sector del comercio las ayudas existentes para el sector industrial, tales como fomento a la inversión y a la creación de empleo.

2. El Gobierno de Navarra, de conformidad con los agentes sociales y organizaciones empresariales del sector, elaborará un Plan de Formación General que atienda las diversas necesidades de formación ocupacional y de reciclaje de los trabajadores, así como de formación específica de mejora de la gestión empresarial.

3. El Gobierno de Navarra realizará las actuaciones oportunas que fomenten el asociacionismo del pequeño comercio.

4. El Gobierno de Navarra, en colaboración con las asociaciones de comerciantes, pondrá en marcha cuantas iniciativas y actuaciones sean necesarias para facilitar un fácil y completo acceso del sector a toda la información relativa a recursos regionales, nacionales y comunitarios existentes y a programas de financiación de iniciativas de financiación de la estructura comercial.

5. Con el fin de fomentar la modernización de los equipamientos comerciales existentes y para realizar los programas de actuación sobre las áreas comerciales afectadas por los emplazamientos de los grandes establecimientos comerciales, el Gobierno de Navarra promoverá la modificación de la legislación propia de tributos locales de Navarra, favoreciendo las medidas de fomento pertinentes y los convenios con administraciones y entidades integradas.

La recaudación que se obtenga de tales tributos se destinará a programas de innovación y mejora del comercio urbano, con las prioridades y objetivos que se establezcan en el Plan de dinamización del mismo que se elabore conforme a las Directrices de ordenación territorial.

TÍTULO XI**Del comercio mayorista****Artículo 78. Concepto.**

Es comercio mayorista o actividad comercial mayorista, a efectos de la presente Ley Foral, la actividad que, no siendo susceptible de encuadrarse en las actividades de comercio minorista reguladas en esta Ley Foral u otras análogas, se desarrollen profesionalmente, con ánimo de lucro, o de prestación de servicios a sus socios o asociados, consistente en situar u ofrecer a los minoristas productos naturales o elaborados y servicios.

Artículo 79. Del comercio mayorista.

El Gobierno de Navarra regulará la normativa específica de aplicación a los establecimientos de comercio mayorista.

Disposición adicional primera.

Para todos los registros y actividades comerciales regulados en esta Ley Foral, así como en la reglamentación de desarrollo de la misma, se tendrá en cuenta, en todo caso, lo dispuesto en la Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de Regulación del Tratamiento Automatizado de los Datos de Carácter Personal.

Disposición adicional segunda.

El comercio electrónico será regulado por el Gobierno de Navarra de conformidad con la directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, así como con la legislación vigente en el Estado.

Disposición adicional tercera.

Teniendo en cuenta que la ubicación de una parte de los grandes establecimientos comerciales se plantea con una dimensión comarcal, o al menos supramunicipal, la repercusión económica de su instalación (contribución, impuestos, tasas...) deberá distribuirse entre los municipios incluidos en su ámbito de influencia. A tal efecto, el Gobierno de Navarra desarrollará esta previsión en el ámbito de la legislación sobre Haciendas Locales, de modo que el 40 por 100 de los ingresos sean para el municipio en el que se construya el centro, o 50 por 100 si se ubica en más de un municipio, y el resto se distribuya entre el conjunto de los municipios del área de influencia en proporción al número de habitantes de cada uno de ellos.

Disposición adicional cuarta.

El Gobierno de Navarra desarrollará, en el ámbito de la legislación propia de tributos locales, la previsión de que al menos el 10 por 100 de los ingresos obtenidos por los municipios derivados de la instalación de un gran establecimiento comercial se destinen a acciones de promoción del comercio tradicional en esos municipios.

Disposición adicional quinta.

En el plazo de un mes desde la entrada en vigor de la presente Ley Foral, el Gobierno de Navarra deberá aprobar un Reglamento de desarrollo de esta Ley Foral en materia de modelo territorial de grandes superficies, partiendo del modelo territorial vigente, encargado por el Gobierno de Navarra a la Cámara Navarra de Comercio e Industria, confiriendo así naturaleza normativa al mismo.

Disposición transitoria primera.

La presente Ley Foral no será de aplicación a los expedientes de autorización relativos a grandes establecimientos comerciales que hayan sido objeto de resolución definitiva en los ámbitos comercial y de ordenación territorial antes de la fecha de entrada en vigor de la misma.

Los expedientes de solicitud de licencia comercial específica que no hubieran sido resueltos definitivamente a la entrada en vigor de esta Ley Foral, continuarán su tramitación conforme a lo establecido en la misma. No se exigirá el pago de la tasa correspondiente a las solicitudes que hubiesen completado la documentación en el momento de la entrada en vigor de esta Ley Foral.

Disposición transitoria segunda.

Las personas físicas o jurídicas que, a la entrada en vigor de esta Ley Foral, ejerzan una actividad comercial que suponga su inscripción obligatoria en alguno de los registros establecidos en la presente Ley Foral, deberán proceder a realizar la citada inscripción en el plazo máximo de un año, a contar desde la entrada en vigor del reglamento que determine los datos objeto de inscripción y los documentos precisos para la misma.

Disposición transitoria tercera.

Las licencias comerciales específicas otorgadas con anterioridad a la entrada en vigor de la presente Ley Foral continuarán siendo válidas. No obstante, la ampliación o modificación de dichos establecimientos estará sujeta a las previsiones contenidas en esta Ley Foral.

Disposición derogatoria.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley Foral y, en particular, el Decreto Foral 154/1993, de 10 de mayo, por el que se regula la implantación territorial y urbanística de las instalaciones comerciales de gran superficie y el Decreto Foral 378/2000, de 18 de diciembre, por el que se regulan los horarios comerciales.

Disposición final primera.

Se autoriza al Gobierno de Navarra y a los Departamentos competentes en cada caso, para dictar los actos y disposiciones que requiera el desarrollo y la ejecución de lo previsto en la presente Ley Foral.

Disposición final segunda.

Se declara la supletoriedad de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en todo lo no previsto por la presente Ley Foral.

Disposición final tercera.

La presente Ley Foral entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Navarra.

Yo, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley Orgánica de Reintegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra, promulgo, en nombre de S.M. el Rey, esta Ley Foral, ordeno su inmediata publicación en el «Boletín Oficial de Navarra» y su remisión al «Boletín Oficial del Estado» y mando a los ciudadanos y a las autoridades que la cumplan y la hagan cumplir.

Pamplona, 12 de julio de 2001.

MIGUEL SANZ SESMA,
Presidente

(Publicada en el «Boletín Oficial de Navarra» número 86,
de 16 de julio de 2001)

15780 *LEY FORAL 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.*

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE NAVARRA

Hago saber que el Parlamento de Navarra ha aprobado la siguiente Ley Foral por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

PREÁMBULO

I. El proceso de liberalización de las telecomunicaciones, unido al avance tecnológico en el sector audiovisual, ha aumentado de manera significativa la oferta

20276 *REAL DECRETO 1523/2007, de 16 de noviembre, por el que se modifica el Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de los productos textiles.*

El Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de los productos textiles, adaptó la normativa española a la Directiva 71/307/CEE del Consejo, de 26 de julio de 1971, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros sobre denominaciones textiles, y a sus modificaciones posteriores.

Posteriormente, se aprobó la Directiva 96/74/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 1996, relativa a las denominaciones textiles, por la que se llevó a cabo la codificación en la materia y se derogó la Directiva 71/307/CEE.

Recientemente, se ha aprobado la Directiva 2007/3/CE de la Comisión, de 2 de febrero de 2007, por la que se modifican, para adaptarlos al progreso técnico, los anexos I y II de la Directiva 96/74/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a las denominaciones textiles, con objeto de añadir la fibra elastolefina a la lista de fibras establecida en los anexos I y II de la directiva mencionada.

Esta circunstancia hace necesario que se adopten en el ordenamiento jurídico español las disposiciones oportunas en relación a las denominaciones de los productos textiles, para cumplir la citada directiva y garantizar la protección de los intereses del consumidor, por lo que mediante este real decreto se transpone la citada directiva y se procede a añadir la elastolefina a la lista de fibras de los anexos I y II del Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de los productos textiles.

La disposición final del Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, facultaba a los titulares de los departamentos ministeriales coproponentes de la norma en esos momentos, para dictar las disposiciones que desarrollaran el citado real decreto.

Las distintas modificaciones que han ido surgiendo se han realizado a través de reales decretos que han armonizado el derecho español con el derecho comunitario, la mayoría de ellas para la modificación de los anexos y

para la inclusión de nuevas fibras textiles y su incidencia en el etiquetado.

Al objeto de agilizar en el futuro la tramitación de las disposiciones que se elaboren y que modifiquen los anexos del Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, para adaptarlos a la normativa comunitaria y al progreso científico y técnico, por medio de este real decreto se faculta a los Ministros de Industria, Comercio y Turismo y de Sanidad y Consumo para dictar, en el ámbito de sus competencias, las disposiciones necesarias.

En la tramitación de este real decreto se ha dado audiencia a las asociaciones de consumidores y usuarios y a los sectores afectados.

En su virtud, a propuesta de los Ministros de Sanidad y Consumo y de Industria, Turismo y Comercio, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 16 de noviembre de 2007,

DISPONGO:

Artículo único. *Modificación del Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de los productos textiles.*

Se modifica el Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al etiquetado de composición de los productos textiles, en los términos siguientes:

Uno. La disposición final queda redactada en los siguientes términos:

«1. Se faculta a los Ministros de Industria, Turismo y Comercio y de Sanidad y Consumo para dictar conjuntamente las disposiciones de desarrollo de este real decreto.

2. Se autoriza a los Ministros de Industria, Turismo y Comercio y de Sanidad y Consumo para modificar conjunta o separadamente, de acuerdo con sus respectivas competencias, los anexos de este real decreto, a fin de mantenerlos adaptados al progreso técnico y, especialmente, a lo dispuesto en la normativa comunitaria.»

Dos. En el anexo I se añade la fila 46, con la siguiente redacción:

Núms.	Denominación	Descripción de la fibra
«46	Elastolefina.	Fibra que está compuesta por al menos un 95 % (en masa) de macromoléculas parcialmente entrecruzadas, formadas por etileno y al menos otra olefina, y que, cuando se estira hasta alcanzar una vez y media su longitud original y se suelta, recobra rápida y sustancialmente dicha longitud original.»

Tres. En el anexo II se añade la fila 46, con la siguiente redacción:

Número de fibra	Fibra	Porcentaje
«46	Elastolefina.	1,50»

Disposición final primera. *Incorporación del derecho de la Unión Europea.*

Mediante este real decreto se incorpora al derecho español la Directiva 2007/3/CE de la Comisión, de 2 de febrero de 2007, por la que se modifican, para adaptarlos al progreso técnico, los anexos I y II de la Directiva

96/74/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a las denominaciones textiles.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 16 de noviembre de 2007.

JUAN CARLOS R.

La Vicepresidenta Primera del Gobierno
y Ministra de la Presidencia,
MARÍA TERESA FERNÁNDEZ DE LA VEGA SANZ