

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

(Bocyl 24-dic-2002 corrección de errores 13-feb-2003)

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

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

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

La Ley de Comercio de Castilla y León viene a satisfacer las necesidades que tanto los comerciantes como los consumidores vienen sintiendo, tanto por la modificación profunda de las estructuras comerciales como por la evolución que la actividad comercial en sí misma ha venido manifestando en sus formas de desarrollo y en el asentamiento de nuevos sistemas de comercialización de bienes y servicios, incidiendo de forma particular en la reforma y modernización de las estructuras comerciales y en la participación de los agentes sociales intervinientes en este sector de la vida económica, así como en la defensa de los consumidores.

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

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

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

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

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

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

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

Es preciso enfatizar la acogida bajo una norma de rango legal de un órgano «ad hoc», con ya larga tradición, que es el Consejo Castellano y Leonés de Comercio, como referente de la representación de los agentes económicos y sociales así como de las Administraciones territoriales de Castilla y León relacionados con el sector comercial.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I Principios generales

Artículo 1. Objeto de la Ley

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

Artículo 2. Actividad comercial

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

Reglamentariamente se podrán establecer excepciones a lo señalado anteriormente.

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

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

Artículo 3. Actividad comercial minorista y mayorista

1. Se entiende por actividad comercial de carácter minorista, a los efectos de esta Ley, situar u ofrecer en el mercado productos y mercancías, así como la prestación al público de determinados servicios que constituyen un acto de comercio, siempre que tengan como destinatario final al consumidor o usuario, como a otros comerciantes y empresarios que resulten consumidores finales de los mismos.

A los efectos de lo señalado anteriormente se estará al concepto de consumidor y usuario recogido en la normativa reguladora de Defensa de los consumidores y usuarios de Castilla y León.

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

Las actividades comerciales mayorista y minorista no podrán simultanearse en el mismo establecimiento.

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

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

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

Artículo 5. Principios de actuación de los poderes públicos

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

- a) Respeto de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios.
- b) Libertad de empresa en el marco de la economía de mercado.
- c) La libre circulación de mercancías dentro del territorio español y comunitario.
- d) La libertad empresarial para la instalación de establecimientos comerciales.
- e) Adecuación del sistema de equipamientos comerciales al equilibrio territorial, fortaleciendo el sistema urbano tradicional de nuestras ciudades y potenciando el desarrollo equilibrado de los núcleos rurales.
- f) Promoción del desarrollo económico y la modernización de la actividad comercial con el objetivo final de incrementar la capacidad de competencia de las empresas y garantizar una ocupación laboral estable en el sector.
- g) Fomento del asociacionismo como fórmula vertebradora del desarrollo armónico y modernizador del tejido comercial.
- h) Promoción de la igualdad de oportunidades y la formación técnica y profesional de los comerciantes y trabajadores del sector comercial.
- i) Libre y leal competencia, impidiendo prácticas restrictivas de la competencia y actos de competencia desleal en el proceso normal de distribución de bienes y productos o de la prestación de servicios.
- j) Desarrollo de políticas tendentes a la protección de las pequeñas y medianas empresas del sector.

CAPÍTULO II Oferta comercial

Artículo 6. Condiciones generales de la oferta comercial.

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

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

Artículo 7. Derecho de desistimiento

1. El derecho de desistimiento de los bienes y productos adquiridos por el comprador en el ejercicio de un derecho previamente reconocido se ajustará a las condiciones establecidas en la legislación estatal reguladora del comercio minorista.

2. Asimismo la devolución de los bienes y productos se deberá ajustar a la información que sobre la misma el vendedor haya establecido y publicitado debidamente.

Artículo 8. Horarios comerciales

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

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

Artículo 9. Prohibiciones a la actividad comercial minorista

1. No podrán ejercer la actividad comercial minorista, 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 consumidor, así como la intermediación y la remisión o entrega de catálogos, folletos o publicidad de los mismos, 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 consumidor pudiera realizar pedidos o adquirir mercancías en los establecimientos de aquéllas.

3. A estos efectos, la prohibición señalada en el apartado anterior se producirá aun en el caso de que la empresa que realice la venta sea dependiente o participada por aquella que realiza la actividad principal o cuando la venta se realice en dependencias de esta última.

CAPÍTULO III Precios y garantías de los productos

Artículo 10. Precio de los bienes y productos

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

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

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

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

Artículo 11. Garantías de los bienes y productos

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

2. Asimismo, los titulares de establecimientos y actividades comerciales responderán y garantizarán sus bienes y productos en la forma establecida en la Ley para la Defensa de los

Consumidores y Usuarios de Castilla y León y sus normas de desarrollo, y en lo no previsto en éstas, de acuerdo con la normativa estatal en materia de defensa del consumidor y usuario.

Artículo 12. Prohibición de la venta con pérdida

No se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida, tal y como se señala en la legislación estatal reguladora del comercio minorista, a salvo de los supuestos previstos expresamente en la misma y en el caso de las ventas de saldos y ventas en liquidación reguladas en el capítulo II del Título III de la presente Ley.

CAPÍTULO IV Del Consejo Castellano y Leonés de Comercio

Artículo 13. El Consejo Castellano y Leonés de Comercio

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

2. Son funciones de este órgano:

a) Emitir informe en los procedimientos de elaboración de proyectos de ley y de disposiciones reglamentarias que afecten al régimen de la actividad comercial.

b) Emitir informe, cuando los soliciten las Administraciones territoriales competentes, en relación con los instrumentos de planificación sectorial, o de ordenación territorial y urbanísticas que afecten a la ordenación del comercio o a las estructuras comerciales.

c) Emitir informe en el procedimiento de concesión de licencia comercial específica.

d) Emitir informe en el procedimiento de concesión de la licencia municipal de carácter comercial establecida para la apertura de medianos establecimientos comerciales.

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

f) Cualquier otra que le atribuyan las normas de rango legal o reglamentario.

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

TÍTULO II DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

CAPÍTULO I Objeto y elementos constitutivos de la ordenación del equipamiento comercial

Artículo 14. Objeto

1. El presente Título tiene por objeto establecer las directrices necesarias para el adecuado desarrollo de los equipamientos comerciales de los municipios de Castilla y León y el régimen jurídico para la implantación de los grandes establecimientos comerciales, teniendo en cuenta las necesidades de consumo, la reforma y la modernización de la estructura comercial existente, el respeto a la competencia y a la libertad de empresa.

2. El equipamiento comercial de los municipios de Castilla y León está constituido por la dotación de establecimientos comerciales tanto de carácter individual o colectivo, teniendo

especial relevancia, a los efectos de esta Ley, la repercusión que sobre el equipamiento comercial descrito tienen los llamados grandes establecimientos comerciales.

Artículo 15. Elementos de la ordenación del equipamiento comercial.

1. La ordenación de esta materia tiene como objeto principal conseguir una adecuada localización del equipamiento comercial en el territorio de la Comunidad, logrando así diseñar una red regional de equipamiento comercial equilibrada y armonizada sobre los ámbitos territoriales en los que se aplique.

2. Para ello, la Junta de Castilla y León aprobará como desarrollo de esta Ley un Plan General de Equipamiento Comercial, que podrá propiciar a su vez Planes Territoriales de Equipamiento Comercial, que deberán atenerse a la legislación en materia de Ordenación del Territorio de Castilla y León.

Artículo 16. Concepto de establecimiento comercial.

1. De acuerdo con la legislación estatal reguladora del comercio minorista tendrán la consideración de establecimientos comerciales, los locales y las construcciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma continuada o en días o temporadas determinados siempre y cuando dispongan de las correspondientes licencias.

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

2. Los establecimientos comerciales pueden ser de carácter individual o colectivo.

Son establecimientos comerciales de carácter colectivo los integrados por un conjunto de establecimientos comerciales individuales o de puntos de venta diferenciados, situados en uno o varios edificios que, con independencia de que las respectivas actividades comerciales se realicen de forma empresarialmente independiente, se hayan proyectado de forma conjunta, y en los que concurren elementos o servicios comunes para los establecimientos o puntos de venta que los integran.

CAPÍTULO II

Régimen administrativo de los grandes establecimientos comerciales

Artículo 17. Concepto de gran establecimiento comercial

1. Tienen la consideración de grandes establecimientos comerciales:

a) Los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público superior a 2.000 metros cuadrados en municipios de más de 50.000 habitantes.

b) Los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público igual o superior a 1.500 metros cuadrados en municipios con más de 10.000 y menos de 50.000 habitantes.

c) Los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público igual o superior a 1.000 metros cuadrados en municipios con menos de 10.000 habitantes.

2. Las condiciones establecidas en el párrafo anterior, aplicables a los establecimientos comerciales individuales o colectivos para su consideración como gran establecimiento comercial, podrán no aplicarse a aquellos establecimientos comerciales que, independientemente de su localización geográfica, se dediquen de forma exclusiva a comercializar productos que por su naturaleza requieran grandes espacios para su venta. En estos casos, se determinará reglamentariamente un índice ponderador de superficie a partir del cual se considerará gran establecimiento comercial al establecimiento dedicado a ventas específicas.

Reglamentariamente se determinará la lista de establecimientos, en función de los productos que comercialicen, sometidos a lo dispuesto en el presente apartado.

3. A los efectos señalados en la presente Ley, se considerará superficie de venta al público, aquella a la que éste puede acceder para realizar las actividades comerciales, incluidos los espacios ocupados por los artículos puestos a la venta. Reglamentariamente se precisarán las superficies y espacios que incluye.

Artículo 18. Licencia comercial específica para la apertura de un gran establecimiento comercial

1. Resultará imprescindible que la instalación de grandes establecimientos comerciales esté amparada por el instrumento de planeamiento de desarrollo urbanístico necesario de acuerdo con la legislación urbanística de Castilla y León, pero se prohíbe expresamente su implantación en terrenos clasificados como suelo rústico.

2. Con carácter previo a la solicitud de las correspondientes licencias municipales para el ejercicio de la actividad comercial bajo el formato de un gran establecimiento comercial, de los contemplados en el artículo anterior, será preceptivo disponer de la licencia comercial específica.

3. La licencia comercial específica será necesaria en los siguientes casos:

-En la apertura de grandes establecimientos comerciales.

-En las ampliaciones de los establecimientos comerciales individuales o colectivos, cuando la misma implique que la superficie de venta se incremente por encima de los límites señalados en el artículo anterior.

-En las ampliaciones de los grandes establecimientos comerciales, sean individuales o colectivos.

-En los cambios de actividad de los grandes establecimientos comerciales.

-En los traslados de los grandes establecimientos comerciales.

4. La transmisión de un gran establecimiento comercial individual o colectivo requerirá asimismo la concesión de la licencia comercial específica que deberá obtener su nuevo titular.

Cuando como consecuencia de fusiones o absorciones que afecten a los titulares de grandes establecimientos comerciales, la empresa resultante pase a ser titular de una licencia comercial específica en su día concedida a la fusionada o absorbida, la Consejería competente en materia de comercio podrá proceder a la revisión de la citada licencia, a los efectos de determinar si siguen concurriendo los requisitos que ampararon su otorgamiento. Esta revisión no procederá en los casos en los que las fusiones o absorciones descritas en este apartado se hayan sometido a decisión de instancias superiores a la Comunidad Autónoma de acuerdo con los procedimientos previstos en la legislación en materia de defensa de la competencia.

5. Los mercados municipales, considerados como establecimientos comerciales colectivos, no requerirán obtener la licencia comercial específica, aun cuando superen los límites señalados en el artículo 17, sin perjuicio de que, en su caso, alguno de los establecimientos comerciales que los integren necesite obtener la licencia comercial específica prevista en este artículo, al superar los límites anteriormente señalados.

6. Los parques temáticos, centros de ocio o de naturaleza análoga serán considerados establecimientos comerciales colectivos y necesitarán la licencia comercial específica que ampare todas las actividades comerciales que en los mismos se desarrollen, siempre que la superficie de venta de todas ellas supere el 20% de la superficie total construida. En todo caso, los establecimientos comerciales individuales o colectivos que los integren necesitarán obtener las licencias comerciales previstas en esta Ley cuando se encuentren en los supuestos en los que las mismas sean exigibles.

Artículo 19. Solicitud de la licencia comercial específica.

1. La licencia comercial específica deberá solicitarse expresamente ante el órgano competente para su concesión, por el titular de la actividad comercial que la pretenda ejercer bajo el formato de un gran establecimiento comercial de carácter individual, o por su promotor, en el caso de los establecimientos comerciales de carácter colectivo que tengan la consideración de gran establecimiento comercial, de acuerdo con lo señalado en el artículo 17.

2. Reglamentariamente se determinará la documentación que deberá acompañar la solicitud de licencia comercial específica, y que al menos tendrá el contenido mínimo siguiente:

-El instrumento de planeamiento de desarrollo urbanístico necesario bajo el que resulte amparada la implantación de un gran establecimiento comercial, a estos efectos bastará para su tramitación con la aprobación provisional del citado instrumento.

-Acreditación, por cualquier medio válido en derecho, de la disponibilidad de los terrenos o de la edificación sobre los que se pretende la instalación, ampliación, traslado o transmisión de un gran establecimiento comercial.

-La acreditación del pago de la tasa a la que podrá sujetarse la tramitación de los procedimientos de concesión de licencias comerciales específicas.

-Descripción pormenorizada del contenido del proyecto para el que se solicita la licencia.

3. La licencia comercial específica que se tramite para establecimientos comerciales de carácter colectivo que tengan la consideración de gran establecimiento comercial no ampara la implantación de aquellos establecimientos comerciales individuales que lo componen, y que a su vez tengan la consideración de gran establecimiento comercial de acuerdo con lo señalado en el artículo 17, que deberán tramitar su licencia comercial de forma independiente.

Artículo 20. Procedimiento de concesión de la licencia comercial específica

1. El órgano competente para resolver la concesión de la licencia comercial específica será el titular de la Consejería competente en materia de comercio.

2. Recibida toda la documentación a que se refiere el artículo anterior, la Consejería competente en materia de comercio remitirá la misma al órgano competente en materia de Defensa de la Competencia, para la emisión del preceptivo informe, que no tendrá carácter vinculante para la resolución del procedimiento.

3. Paralelamente a lo anterior la Consejería competente en materia de comercio solicitará un informe del Ayuntamiento en cuyo término municipal pretenda implantarse, ampliarse, trasladarse o transmitirse un gran establecimiento comercial que deberá motivarse en los criterios que se señalan en el artículo siguiente.

En el caso de que el Ayuntamiento no lo remitiera en el plazo de un mes desde la petición del citado informe, éste deberá entenderse desfavorable.

4. De forma previa a la concesión de la licencia comercial específica, con el soporte administrativo del órgano competente para la tramitación de la misma, y a la vista de toda la documentación obrante en el expediente, el Consejo Castellano y Leonés de Comercio evacuará un dictamen no vinculante, basado en los criterios señalados en el artículo siguiente, que valore la concesión o no de la licencia comercial solicitada, y su adecuación a la ordenación que, del equipamiento comercial, realice el Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León y sus planes Territoriales.

5. El titular de la Consejería competente en materia de comercio, a la vista de todo lo anterior, resolverá sobre la concesión o no de la licencia comercial, lo que tendrá carácter vinculante para las posteriores licencias municipales, en cuanto a los metros cuadrados autorizados de sala de ventas.

6. El plazo para la resolución del procedimiento de concesión de licencias comerciales específicas será de 6 meses contados desde el día en que se haya recibido en la Consejería competente en materia de comercio toda la documentación que se señala en el artículo anterior.

Transcurrido dicho plazo sin haberse dictado resolución expresa, se entenderá desestimada la solicitud de licencia comercial específica.

7. Reglamentariamente deberá procederse al establecimiento de los plazos de vigencia de la licencia comercial específica, así como de las causas de caducidad de la misma, y al desarrollo del procedimiento de concesión de licencias comerciales específicas.

Artículo 21. Criterios para la concesión de la licencia comercial específica

1. En la tramitación de la licencia comercial específica solicitada se deberá tener en cuenta si el proyecto presentado se adecua al Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León, y en su caso al Plan Territorial de Equipamiento Comercial de la zona donde se pretende su ubicación, ampliación, traslado o transmisión, si este último estuviera redactado.

2. Asimismo, se establecerán reglamentariamente, los criterios para la valoración de cada solicitud de licencia comercial específica, que como mínimo contemplarán:

-La existencia de un equipamiento comercial adecuado en la zona donde se pretenda implantar el proyecto solicitado.

-La repercusión que el proyecto suponga en los servicios recibidos por los consumidores y en el aumento de la libre competencia existente en el mercado de la zona afectada. En este sentido, se considerará favorablemente el sometimiento de la actividad comercial del establecimiento proyectado al sistema arbitral de consumo.

-Los efectos que su implantación suponga sobre la estructura comercial de la zona, y en especial sobre el pequeño comercio de la misma.

-La integración del proyecto presentado en el entorno urbano y su impacto sobre el medio ambiente.

-La incidencia del proyecto sobre la red viaria de la zona y los sistemas de transporte de viajeros.

CAPÍTULO III

Régimen administrativo de los medianos establecimientos comerciales

Artículo 22. Concepto de mediano establecimiento comercial

Tienen la consideración de medianos establecimientos comerciales:

a) Los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público superior a 1.500 metros cuadrados en municipios de más de 50.000 habitantes.

b) Los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público igual o superior a 1.200 metros cuadrados en municipios con más de 10.000 y menos de 50.000 habitantes.

c) Los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta al público igual o superior a 500 metros cuadrados en municipios con menos de 10.000 habitantes.

Artículo 23. Régimen específico de autorización

1. Los medianos establecimientos comerciales estarán sujetos a una licencia municipal de carácter comercial, cuyos requisitos y condiciones se establecerán en los Planes Territoriales de Equipamiento Comercial que se elaboren, en cuyo caso los titulares de los establecimientos comerciales señalados en el artículo anterior deberán disponer de la misma para la apertura, los

cambios de actividad, los traslados y las ampliaciones que impliquen que la superficie de venta se incremente por encima de los límites señalados en el artículo anterior.

2. Los requisitos de la solicitud de la licencia municipal de carácter comercial, el procedimiento para su concesión y el órgano competente para la resolución del procedimiento se establecerán los Planes Territoriales de Equipamiento Comercial que se vayan aprobando de acuerdo con lo establecido en el artículo 26 de la presente Ley, y en todo caso respetando lo establecido en el presente Título.

CAPÍTULO IV

El Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León y otros instrumentos de ordenación

Artículo 24. Objeto y fines del Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León

1. El objeto de este Plan General será la ordenación del equipamiento comercial existente en la Comunidad Autónoma, en particular de los establecimientos comerciales sujetos a licencia comercial específica y su adecuada integración en el resto de la estructura comercial.

2. Los fines del Plan General serán:

- a) una adecuada y correcta distribución territorial de los establecimientos comerciales,
- b) la satisfacción de las necesidades de los consumidores de la Región,
- c) lograr el necesario equilibrio de la oferta comercial presente y futura, tanto en la estructura comercial existente como dentro de la libre competencia que ha de presidir el mercado,
- d) la generación y el mantenimiento del empleo en el sector del comercio, y su adaptación a las nuevas fórmulas de ventas y establecimientos comerciales, y
- e) la integración de las estructuras comerciales en las determinaciones de ordenación del territorio de la Comunidad.

Artículo 25. Objetivos específicos y contenido mínimo del Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León

1. El Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León deberá:

-Configurar los ámbitos territoriales de acuerdo con lo establecido en la legislación de Ordenación del Territorio de Castilla y León, a los efectos de conseguir una adecuada planificación territorial del equipamiento comercial hasta lograr configurar una red regional de equipamientos comerciales sobre la que aplicará sus determinaciones.

-Definir y actualizar las formas que la actividad comercial emplea y que tienen mayor significación dentro del equipamiento comercial.

-Evaluar de forma permanente la oferta y demanda comercial en el seno de la Región de forma desglosada a nivel territorial y sectorial.

-Determinar las necesidades de equipamiento comercial en los distintos ámbitos territoriales.

-Controlar los déficit y superávit de equipamiento comercial de cada ámbito territorial, a la vez que propiciar la corrección de los déficit detectados.

-Establecer los contenidos mínimos que el planeamiento urbanístico ha de contemplar al objeto de fijar los criterios y la cuantificación de suelo para el equipamiento comercial.

2. El Plan General de Equipamiento Comercial se aprobará mediante Decreto de la Junta de Castilla y León. Tendrá carácter indefinido, aunque su actualización será permanente, por lo que

reglamentariamente deberá preverse los mecanismos para ello, especialmente cuando se produjeran circunstancias que modificaran de forma sustancial la demanda y la oferta comercial.

La Junta de Castilla y León podrá suspender el otorgamiento de las licencias comerciales específicas durante un período máximo de un año mientras se revise o actualice las determinaciones del Plan General de Equipamiento Comercial.

Artículo 26. Los Planes Territoriales de Equipamiento Comercial

1. Son instrumentos de desarrollo del Plan General de Equipamiento Comercial que concretan y profundizan las determinaciones del mismo para un territorio concreto de la Comunidad, cuyo cumplimiento será obligatorio a los efectos de la ordenación del equipamiento comercial en el ámbito en el que se apliquen.

Su vigencia será indefinida y adaptada a los posibles cambios que pueda sufrir el Plan General de Equipamiento Comercial, así como los instrumentos de Ordenación del Territorio.

2. A estos efectos, las áreas de la Comunidad Autónoma sobre las que se podrán extender las determinaciones de estos Planes Territoriales de Equipamiento Comercial serán las equivalentes a aquellas sobre las que se apliquen las Directrices de Ordenación de Ámbito Subregional, en cuanto instrumentos de ordenación del territorio que realizan una consideración conjunta y coordinada de los problemas de una determinada área en lo referido a sus recursos, infraestructuras y equipamientos.

3. La iniciativa para la redacción de estos Planes Territoriales de Equipamiento Comercial corresponderá tanto a la Junta de Castilla y León como a las Entidades Locales interesadas, las Cámaras de Comercio e Industria para su demarcación y las organizaciones empresariales de ámbito provincial con representación en el sector del comercio.

En todo caso su aprobación necesitará el informe favorable de la mayoría de los municipios incluidos en su ámbito de aplicación, así como el de aquel o aquellos municipios que representen al menos a la mitad de la población afectada sobre la que extendería sus determinaciones el Plan Territorial de referencia.

4. Reglamentariamente se dispondrá el procedimiento para su propuesta, redacción y aprobación, que deberá respetar en todo caso lo establecido en esta Ley, así como los criterios y parámetros utilizados en el Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León.

CAPÍTULO V

Otros establecimientos comerciales sometidos a licencia de la Junta de Castilla y León

Artículo 27. Licencia para la instalación de establecimientos comerciales de descuento duro

1. Requerirán licencia del titular de la Consejería competente en materia de comercio para su instalación, ampliación, transmisión o traslado, los llamados establecimientos comerciales de descuento duro que, con una superficie de venta al público igual o superior a 300 metros cuadrados, cuenten con un predominio en su oferta comercial de productos de alimentación en régimen de autoservicio, y reúnan, al menos, dos de las siguientes condiciones:

-Que el volumen de ventas de la empresa o grupo de empresas titular del establecimiento, en el ejercicio económico anterior o en el previsto, sea de al menos 30 millones de euros.

-Que el porcentaje de referencias de marcas blancas propias o del distribuidor supere el 30% de las comercializadas en el establecimiento.

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

-Que más del 30% de los artículos puestos a la venta se expongan en el propio soporte de transporte.

2. Reglamentariamente se desarrollarán las condiciones y el procedimiento de concesión de las licencias previstas en este artículo.

CAPÍTULO VI

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

Artículo 28. Tasa por la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales y establecimientos comerciales de descuento duro.

1. Hecho imponible. Constituye el hecho imponible de la tasa la tramitación de la solicitud de licencia comercial específica para la instalación de grandes establecimientos comerciales y la licencia para la instalación de establecimientos comerciales de descuento duro en todos los casos en los que éstas sean necesarias.

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

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

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

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

TÍTULO III

DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

CAPÍTULO I

Normas generales

Artículo 29. Concepto.

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

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

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

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

Artículo 30. Requisitos generales

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

a) El comerciante habrá de procurar información clara, veraz y suficiente sobre el contenido y las condiciones de sus actividades promocionales, expresando como mínimo el período de vigencia de la promoción y el tipo de promoción que se realiza.

b) Cuando las actividades promocionales no alcancen, al menos, a la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.

c) Los productos ofertados en las actividades promocionales deberán tener las mismas características, salvo lo establecido para los saldos, y someterse a las mismas condiciones contractuales que las existentes con anterioridad al período de vigencia de la actividad promocional. En el caso de que se oferten productos a precio normal y reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados o señalados, de forma que no pueda existir error entre los que son objeto de un precio reducido y los que no.

d) Siempre que se oferten productos a precio reducido, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior o habitual junto con el precio reducido, salvo que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez. Se entenderá por precio anterior, el que hubiera sido aplicado sobre productos idénticos durante un período continuado, en los plazos que se establezcan reglamentariamente.

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

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

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

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

CAPÍTULO II

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

Artículo 32. Ventas en rebajas

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

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

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

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

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

Artículo 33. Ventas de saldos.

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

2. La venta de saldos deberá publicitarse señalando, al menos, las circunstancias y causas concretas que la motivan, en particular deberá hacerse constar estas circunstancias en el caso de los artículos defectuosos o deteriorados, para que sean fácilmente identificables por el consumidor.

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

Artículo 34. Ventas en liquidación

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

a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.

b) Cambio de rama de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.

c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.

d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

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

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

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

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

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

Artículo 35. Ventas con obsequio

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

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

a) Durante el período de duración de la venta con obsequio no podrá variarse ni el precio ni la calidad del producto.

b) El número de existencias con las que debe contar el comerciante para afrontar la entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltorio del producto de que se trate o, en su defecto, estar debidamente divulgadas.

c) La comunicación a una o más personas de que han sido agraciadas con un premio o la promesa de entrega de un obsequio no condicionada a la adquisición de un producto o servicio, impedirá que el comerciante pueda exigir la adquisición de un producto o servicio como condición para la entrega del obsequio.

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

4. En el caso de que los obsequios ofrecidos formen parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualquiera de 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.

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

Artículo 36. Ventas en oferta

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

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

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

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

Artículo 37. Venta directa realizada por fabricante o mayorista

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

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

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

a) Que, en el primer caso, fabrique la totalidad de los productos puestos a la venta y, en segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas.

b) Que los precios ofertados no sean inferiores que los que aplican a los comerciantes.

TÍTULO IV DE LAS VENTAS ESPECIALES

CAPÍTULO I Generalidades

Artículo 38.Modalidades

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

2. Estas ventas estarán sometidas a autorización previa que deberá ser otorgada por la Consejería competente en materia de comercio o por la Administración que legalmente se disponga.

3. Reglamentariamente se determinará los requisitos y datos que deberán proporcionarse para el otorgamiento de esta autorización, así como el plazo para su concesión y sus causas de revocación.

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

CAPÍTULO II Ventas a distancia

Artículo 39.Concepto

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

2. Estarán sujetas a lo previsto en esta Ley, las ventas a distancia cuyas propuestas de contratación se difundan por medios de comunicación que sólo alcancen el territorio de Castilla y León o cuyo titular ejerza esta actividad desde esta Comunidad.

Artículo 40.Requisitos

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

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

a) La identidad del oferente con su autorización correspondiente y domicilio de la empresa.

b) El producto o servicio que se ofrezca, con una descripción sobre su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso que facilite su identificación.

c) El precio total a pagar, separando el importe de los gastos de envío, si éstos van a cargo del consumidor, y especificando el sistema de reembolso.

d) El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto o servicio objeto de la transacción desde el momento de la recepción del encargo.

e) La fijación del derecho de desistimiento en los términos previstos en la legislación estatal reguladora del comercio minorista para este tipo de ventas.

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.

CAPÍTULO III **Venta automática**

Artículo 41. Concepto

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

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

Artículo 42. Requisitos.

1. Las máquinas para la venta automática deberán llevar el marcado CE obligatorio, y para su instalación se requerirá autorización específica de las autoridades competentes por razón del producto objeto de la actividad comercial.

Esta autorización será condición para el otorgamiento de las licencias municipales cuando su instalación se realice en la vía pública.

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

a) La identidad del oferente con su autorización correspondiente así como de su domicilio para los supuestos de avería y reclamación.

b) El producto o servicio que se ofrezca.

c) El precio total a pagar.

d) La indicación de si la máquina realiza o no cambio de moneda, así como el tipo de moneda fraccionaria con la que funciona.

e) Exponer claramente las instrucciones para la obtención del producto.

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

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

Artículo 43. Responsabilidad

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

CAPÍTULO IV

Venta a domicilio

Artículo 44. Concepto

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

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

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

a) La identidad del oferente con su autorización correspondiente.

b) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.

c) El precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

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

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

6. El vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que lo ampara de disponer de un 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.

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

CAPÍTULO V

Venta ambulante o no sedentaria

Artículo 45. Concepto

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

Artículo 46. Autorización

Corresponderá a los Ayuntamientos de la Comunidad Autónoma otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante en sus respectivos términos municipales y establecer los Reglamentos u Ordenanzas reguladoras de esta actividad comercial, para lo cual deberán tener en cuenta el nivel de equipamiento comercial existente.

Artículo 47.Regulación de la actividad

1. Las Ordenanzas municipales de venta ambulante deberán determinar, como mínimo:
 - a) Los lugares y períodos en los que puedan desarrollarse las diferentes modalidades de venta ambulante.
 - b) Número de puestos o licencias.
 - c) Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.
 - d) Tasa a pagar por la concesión de la licencia.
 - e) Régimen interno de funcionamiento del mercadillo.
 - f) Previsión del régimen sancionador aplicable.
2. No podrá concederse autorización para el ejercicio de esta modalidad de venta de aquellos productos cuya normativa reguladora lo prohíba.
3. Reglamentariamente se determinarán los requisitos y condiciones aplicables a los distintos tipos de venta ambulante sin perjuicio de las competencias municipales en esta materia.

TÍTULO V DE LA INSPECCIÓN Y DEL RÉGIMEN SANCIONADOR

CAPÍTULO I Principios generales

Artículo 48.Principios generales

1. Corresponde a las Administraciones Públicas de Castilla y León competentes en materia de comercio interior el ejercicio de las funciones de vigilancia y control que tengan como fin garantizar el cumplimiento de la presente Ley y sus disposiciones de desarrollo.
2. Asimismo las Administraciones Públicas de Castilla y León competentes en materia de comercio interior sancionarán las infracciones a esta Ley, previa instrucción del oportuno procedimiento sancionador, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que pudieran concurrir con las mismas.
3. Serán de aplicación a los procedimientos derivados de infracciones recogidas en la presente Ley, las reglas y principios sancionadores contenidos en la legislación general sobre régimen jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo común.

CAPÍTULO II De la inspección

Artículo 49.Definición y órganos competentes en materia de inspección

1. Las Administraciones Públicas de Castilla y León con competencia en materia de comercio interior, en el ejercicio de sus funciones de vigilancia y control, podrán inspeccionar las actividades, instalaciones y establecimientos comerciales, así como los bienes y productos que se comercialicen, para lo que podrán solicitar cuanta información resulte precisa, todo ello sin perjuicio de las actividades de inspección y control reguladas en las leyes. En el ejercicio de sus competencias, las Administraciones Públicas de Castilla y León con competencia en materia de comercio interior estarán obligadas a mantener entre sí la adecuada coordinación a fin de garantizar la máxima eficacia en las funciones señaladas en la presente Ley.

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

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

CAPÍTULO III **Régimen de infracciones y sanciones**

Artículo 50. Definición y clasificación de las infracciones

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

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

Artículo 51. Responsabilidad

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

Artículo 52. Infracciones leves

Se consideran infracciones leves:

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

Artículo 53. Infracciones graves

Se consideran infracciones graves:

- a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar información requerida por las autoridades o sus agentes y el personal de las Administraciones Públicas competentes en materia de comercio interior en el ejercicio de las funciones de comprobación y vigilancia, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.
- b) Realizar venta con pérdida, con excepción de los supuestos previstos en el artículo 11 de la presente Ley.
- c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
- d) El ejercicio simultáneo de actividades comerciales mayoristas y minoristas en un mismo establecimiento comercial que incumpla lo dispuesto en el artículo 3 de la presente Ley.
- e) El incumplimiento del régimen general de horarios, con excepción de lo considerado infracción leve en esta materia.
- f) La realización de actividades comerciales de promoción de ventas incumpliendo las condiciones y limitaciones que para las mismas se establezcan legal o reglamentariamente.

g) La realización de ventas especiales incumpliendo las condiciones y limitaciones que para las mismas se establezcan legal o reglamentariamente.

h) La falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria en los supuestos y plazos recogidos en la legislación estatal reguladora del comercio minorista en lo referido a las adquisiciones de los comerciantes.

i) El ejercicio de la actividad comercial sin haber obtenido la preceptiva autorización cuando ésta sea preceptiva de acuerdo con la legislación vigente.

j) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

k) Aquellas infracciones que, previstas en la legislación estatal reguladora del comercio minorista, no estén estipuladas en alguno de los tipos recogidos en la presente Ley.

Artículo 54. Infracciones muy graves

Se consideran infracciones muy graves:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar información requerida por las autoridades o sus agentes y el personal de las Administraciones Públicas competentes en materia de comercio interior en el ejercicio de las funciones de comprobación y vigilancia cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o de cualquier otra forma de presión.

b) La comisión de infracciones que, habiéndose calificado como graves, hayan supuesto una facturación superior a 500.000 euros.

c) El inicio de cualquier tipo de actuaciones sin haber obtenido la licencia comercial específica para la apertura, ampliación, traslado o transmisión de un gran establecimiento comercial, y en los casos en que sea necesario de acuerdo con esta Ley, la licencia comercial prevista para los medianos establecimientos comerciales y los establecimientos de descuento duro, así como el incumplimiento de las condiciones y limitaciones de que legal o reglamentariamente se establezcan en las licencias comerciales otorgadas a los titulares de los citados establecimientos.

d) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 55. Reincidencia

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

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

Artículo 56. Prescripción de las infracciones.

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

Artículo 57. Tipo de sanciones

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

-El apercibimiento.

-La multa.

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

Artículo 58.Sanciones aplicables

Las sanciones aplicables para las infracciones serán las siguientes:

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

Artículo 59.Procedimiento sancionador y órganos competentes

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

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

Artículo 60.Multas coercitivas

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

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

Artículo 61.Graduación de las sanciones

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

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

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

Artículo 62.Medidas cautelares

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

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

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

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

Artículo 63. Prescripción de las sanciones

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

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

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera. Vigencia de normas reglamentarias

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

Segunda. Suspensión temporal de las solicitudes de licencias comerciales específicas

1. Se suspende el otorgamiento de las licencias comerciales que concede la Administración de la Comunidad de Castilla y León hasta la aprobación del Plan General de Equipamientos Comerciales de Castilla y León previsto en esta Ley.

2. Los procedimientos de concesión de licencias comerciales específicas para grandes establecimientos comerciales iniciados con anterioridad a la entrada en vigor de la presente Ley se resolverán de acuerdo con la Ley 2/1996, de 18 de junio, de Equipamientos Comerciales de Castilla y León y el Decreto 191/2001, de 12 de julio, por el que se aprueba el Plan General de Equipamiento Comercial de Castilla y León, siempre que, de acuerdo con el artículo 10.2 de la citada Ley, se hubiera emitido y remitido de forma completa a la Consejería competente en materia de comercio el informe municipal a que el citado precepto obliga para la tramitación de las licencias comerciales.

Tercera. Defensa de la competencia en la distribución comercial

En tanto en cuanto no se establezca la estructura y funciones de la organización administrativa del sistema de defensa de la competencia en Castilla y León, las funciones relativas al sistema de defensa de la competencia en la distribución comercial serán ejercidas por la Consejería competente en materia de comercio, en el marco de la distribución competencial establecido en la legislación estatal reguladora de la defensa de la competencia.

Cuarta. Licencia comercial de Medianos establecimientos comerciales

Mientras no se aprueben los respectivos Planes Territoriales de Equipamiento Comercial, los medianos establecimientos comerciales estarán sometidos a licencia comercial, otorgada por el titular de la Consejería competente en materia de comercio, de acuerdo con la regulación y el procedimiento previsto en los siguientes apartados, los cuales serán a su vez objeto de desarrollo reglamentario:

1. La instalación de medianos establecimientos comerciales ha de estar amparada por el instrumento de planeamiento de desarrollo urbanístico necesario, de acuerdo con la legislación urbanística de Castilla y León, prohibiéndose expresamente su instalación en terrenos clasificados como suelo rústico. Para la tramitación de la solicitud de la licencia comercial de medianos establecimientos bastará con la aprobación provisional del citado instrumento.

En caso de ubicación del establecimiento en suelo calificado como suelo urbano consolidado, el instrumento de planeamiento de desarrollo urbanístico podrá ser sustituido por certificación expedida por el Ayuntamiento correspondiente que haga constar dicha circunstancia.

2. Con carácter previo a la solicitud de las correspondientes licencias municipales para el ejercicio de la actividad comercial de un mediano establecimiento comercial, será preceptivo disponer de la licencia comercial citada anteriormente.

3. La licencia comercial de medianos establecimientos será necesaria en los supuestos de apertura, cambios de actividad, traslados y ampliaciones que impliquen que la superficie de venta se incremente por encima de los límites señalados en el artículo 22.

4. Los mercados municipales, considerados como establecimientos comerciales colectivos, no requerirán obtener la licencia comercial de medianos establecimientos, aun cuando superen los límites señalados en el artículo 22, sin perjuicio de que, en su caso, alguno de los establecimientos comerciales individuales que los integren necesite obtener la licencia comercial de medianos establecimientos al superar los límites señalados.

5. Solicitud de la licencia comercial de medianos establecimientos.

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

b) Reglamentariamente se determinará la documentación que deberá acompañar la solicitud de licencia comercial de medianos establecimientos.

c) La licencia comercial que se tramite para medianos establecimientos comerciales de carácter colectivo, no ampara la instalación de aquellos medianos establecimientos comerciales individuales que lo componen, los cuales deberán tramitar de forma independiente su correspondiente licencia comercial.

6. Procedimiento de concesión de la licencia comercial de medianos establecimientos.

a) El órgano competente para resolver la concesión de la licencia comercial de medianos establecimientos será el titular de la Consejería competente en materia de comercio.

b) Recibida la documentación prevista en el apartado 5.b), la Consejería competente en materia de comercio solicitará los siguientes informes, los cuales tendrán carácter preceptivo y no vinculante:

-Informe del órgano competente en materia de defensa de la competencia.

-Informe del correspondiente Ayuntamiento.

-Informe del Consejo Castellano y Leonés de Comercio.

c) Reglamentariamente se establecerán los criterios para la valoración de las solicitudes de licencia comercial de medianos establecimientos, que como mínimo contemplarán los criterios previstos en el artículo 21.

7. El titular de la Consejería competente en materia de comercio, a la vista de todo lo anterior, resolverá sobre la concesión o no de la licencia comercial de medianos establecimientos en un

plazo de 6 meses, contados desde el día en que se haya recibido en la citada Consejería toda la documentación prevista en el apartado 5.b).

Transcurrido dicho plazo sin haberse dictado Resolución expresa, se entenderá desestimada la solicitud de la licencia comercial de medianos establecimientos.

8. Reglamentariamente se determinarán los plazos de vigencia de la licencia comercial de medianos establecimientos, así como de las causas de caducidad de las mismas.

Quinta. Régimen de horarios comerciales

En tanto se determine el régimen de horarios comerciales a que se refiere el Real Decreto-ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercado de Bienes y Servicios, en su Art. 43, el régimen aplicable en Castilla y León será el establecido en el citado artículo.

No obstante lo anterior, el número de domingos y días festivos en que los comercios podrán permanecer abiertos al público, establecidos en la citada norma y la normativa autonómica que la desarrolla, serán considerados como máximo en el ámbito de Castilla y León hasta el momento en que se determine el nuevo régimen de horarios de forma conjunta entre el Gobierno del Estado y la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

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

DISPOSICIONES FINALES

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

Segunda

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