



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Decreto Legislativo 2/2014, de 28 de agosto, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio de Castilla y León.

Comunidad de Castilla y León
«BOCL» núm. 167, de 1 de septiembre de 2014
Referencia: BOCL-h-2014-90371

ÍNDICE

<i>Preámbulo</i>	5
<i>Artículos</i>	9
Artículo único. Aprobación del texto refundido..	9
<i>Disposiciones adicionales</i>	9
Disposición adicional única. Remisiones normativas..	9
<i>Disposiciones derogatorias</i>	9
Disposición derogatoria única. Derogación normativa..	9
<i>Disposiciones finales</i>	9
Disposición final única. Entrada en vigor..	9
TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	10
TÍTULO I. Disposiciones Generales	10
CAPÍTULO I. Principios generales	10
Artículo 1. Objeto de la Ley.	10
Artículo 2. Actividad comercial..	10
Artículo 3. Actividad comercial minorista y mayorista.	10
Artículo 4. Condiciones para el ejercicio de la actividad comercial.	10
Artículo 5. Principios de actuación de los poderes públicos.	11
CAPÍTULO II. Oferta comercial	11

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículo 6. Condiciones generales de la oferta comercial.	11
Artículo 7. Horarios comerciales.	11
CAPÍTULO III. Precios y garantías de los productos	12
Artículo 8. Precio de los bienes y productos.	12
Artículo 9. Garantías de los bienes y productos.	12
Artículo 10. Prohibición de la venta con pérdida.	12
CAPÍTULO IV. Del Consejo Castellano y Leonés de Comercio	12
Artículo 11. El Consejo Castellano y Leonés de Comercio.	12
TÍTULO II. Del equipamiento comercial.	13
CAPÍTULO I. Objeto y elementos constitutivos de la ordenación del equipamiento comercial	13
Artículo 12. Objeto.	13
Artículo 13. Elementos de la ordenación del equipamiento comercial.	13
Artículo 14. Concepto de establecimiento comercial.	13
CAPÍTULO II. Régimen administrativo de los grandes establecimientos comerciales	14
Artículo 15. Concepto de gran establecimiento comercial.	14
Artículo 16. Clasificación de los grandes establecimientos comerciales individuales.	14
Artículo 17. Concepto de superficie de venta al público.	14
Artículo 18. Licencia comercial de gran establecimiento comercial.	14
Artículo 19. Solicitud de la licencia comercial.	15
Artículo 20. Procedimiento.	16
Artículo 21. Resolución.	17
Artículo 22. Criterios para la concesión de la licencia comercial.	18
CAPÍTULO III. Tasa aplicable a la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales	18
Artículo 23. Tasa por la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales.	18
TÍTULO III. De las actividades comerciales de promoción de ventas	19
CAPÍTULO I. Normas generales.	19
Artículo 24. Concepto.	19
Artículo 25. Requisitos generales.	19
Artículo 26. Prohibición de las ventas en pirámide.	20
CAPÍTULO II. Régimen específico aplicable a las distintas clases de actividades comerciales de promoción de ventas	20

Artículo 27. Ventas en rebajas.	20
Artículo 28. Ventas de saldos.	20
Artículo 29. Ventas en liquidación.	20
Artículo 30. Ventas con obsequio o prima.	21
Artículo 31. Ventas en oferta.	21
Artículo 32. Venta directa realizada por fabricante o mayorista.	22
TÍTULO IV. De las ventas especiales	22
CAPÍTULO I. Generalidades	22
Artículo 33. Modalidades.	22
CAPÍTULO II. Ventas a distancia	22
Artículo 34. Concepto.	22
Artículo 35. Requisitos.	22
CAPÍTULO III. Venta automática	23
Artículo 36. Concepto.	23
Artículo 37. Requisitos.	23
Artículo 38. Responsabilidad.	23
CAPÍTULO IV. Venta a domicilio	23
Artículo 39. Concepto.	23
CAPÍTULO V. Venta ambulante o no sedentaria	24
Artículo 40. Concepto.	24
Artículo 41. Autorización.	24
Artículo 42. Regulación de la actividad.	24
TÍTULO V. De la inspección y del régimen sancionador.	25
CAPÍTULO I. Principios generales	25
Artículo 43. Principios generales.	25
CAPÍTULO II. De la inspección	25
Artículo 44. Definición y órganos competentes en materia de inspección.	25
CAPÍTULO III. Régimen de infracciones y sanciones.	25
Artículo 45. Definición y clasificación de las infracciones.	25
Artículo 46. Responsabilidad.	26
Artículo 47. Infracciones leves.	26

Artículo 48. Infracciones graves..	26
Artículo 49. Infracciones muy graves.	26
Artículo 50. Reincidencia..	27
Artículo 51. Prescripción de las infracciones..	27
Artículo 52. Tipo de sanciones.	27
Artículo 53. Sanciones aplicables..	27
Artículo 54. Procedimiento sancionador y órganos competentes.	27
Artículo 55. Multas coercitivas..	27
Artículo 56. Graduación de las sanciones.	28
Artículo 57. Medidas cautelares..	28
Artículo 58. Prescripción de las sanciones.	28
<i>Disposiciones finales.</i>	<i>28</i>
Disposición final única. Habilitación normativa.	28

TEXTO CONSOLIDADO
Última modificación: 6 de julio de 2017

I

La disposición final quinta de la Ley 5/2013, de 19 de junio, de Estímulo a la Creación de Empresas en Castilla y León, autoriza a la Junta de Castilla y León para que, en el plazo de un año desde la entrada en vigor de la citada ley, apruebe el texto refundido de la Ley de Comercio de Castilla y León. Esta delegación legislativa incluye la posibilidad de regularizar, aclarar y armonizar los textos legales que sean objeto del texto refundido.

Con este fin, en el ejercicio de esta autorización y en vista de la dispersión normativa existente se elabora este texto en el que se recogen todas las disposiciones con rango de ley dictadas por la Comunidad de Castilla y León en materia de comercio, introduciéndose cambios notables derivados de directivas europeas. Todo ello con la finalidad principal de dotar de una mayor claridad a la normativa autonómica en materia de comercio. Son así objeto de refundición las siguientes normas:

— El Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre, de Medidas de Impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León, que recoge la modificación de veinte leyes autonómicas afectadas por la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, entre ellas la de la Ley de Comercio, con el fin de proceder a la supresión de trabas jurídicas y barreras administrativas injustificadas a las libertades de establecimiento y de prestación de servicios.

— El Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto, por el que se establecen medidas urgentes para garantizar la estabilidad presupuestaria, que modifica la Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León con el fin de adaptarla a la legislación básica del estado reflejada en el Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio, que introduce, por un lado, una mayor liberalización de horarios y de apertura comercial en domingos y festivos y, por otro, una modificación sustancial en la ordenación del comercio minorista en relación con las promociones de ventas.

— Ley 5/2013, de 19 de junio, de Estímulo a la Creación de Empresas en Castilla y León, mediante la cual se establecen modificaciones que reflejan los principios inspiradores de la Directiva de Servicios, en concreto lo relativo a la simplificación y agilidad procedimental, enfocándose en el régimen administrativo de los grandes establecimientos comerciales y más concretamente al tema de las licencias comerciales, sus plazos, etc.

En consecuencia, toda esta dispersión normativa hace necesario recoger en un único texto todas las disposiciones de rango legal en materia de comercio.

II

La delegación legislativa realizada por las Cortes de Castilla y León, además de la refundición de los textos citada anteriormente, incluye también la posibilidad de regularizar, aclarar y armonizar los textos legales citados anteriormente.

En este sentido, con el fin de aclarar así como armonizar toda la regulación legal en materia de comercio, es necesario incorporar en este texto refundido otros aspectos de la actividad normativa de la Unión Europea que introdujeron cambios notables en distintos ámbitos del mercado interior interrelacionados entre sí, como son la competencia desleal, la publicidad, la protección de los consumidores y el comercio minorista.

Esta normativa europea es la siguiente:

En primer lugar, la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que tenía como objeto contribuir al

buen funcionamiento del mismo y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores, mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.

Y en segundo lugar, nos encontramos con la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.

La incorporación al Derecho español de estas directivas se ha llevado a cabo mediante la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios. Esta nueva norma estableció un régimen jurídico unitario para todos los actos de engaño y para las prácticas agresivas, exigiendo el mismo nivel de corrección con independencia de que los destinatarios de las actividades comerciales sean consumidores o empresarios.

Esta Ley supuso la modificación de importantes leyes estatales, entre ellas la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, afectando fundamentalmente a las actividades comerciales de promoción de ventas, y en particular a la venta multinivel regulada en la misma, la prohibición de venta en pirámide y la venta con obsequio o prima.

En consecuencia es necesario llevar a cabo la regularización en los citados términos de estos aspectos del mercado interior, incorporando así la citada normativa comunitaria en las disposiciones de este texto refundido que regulan lo relativo a las condiciones generales de las actividades promocionales de ventas (artículo 24.2) y más en concreto, la venta piramidal (artículo 26) y la venta con obsequio (artículo 30.1), evitando así vacíos normativos en materia comercial.

El texto de la propia Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León, establece en su Exposición de Motivos, que constituye un principio básico de la misma la satisfacción de consumidores y usuarios, tanto por la modificación de las estructuras comerciales como por la evolución de la actividad comercial, que se manifiesta así en la incorporación de la normativa europea anteriormente citada.

III

El Estatuto de Autonomía de Castilla y León, en su artículo 70.1.20º, atribuye competencia exclusiva a la Comunidad 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. Asimismo, recoge como competencia exclusiva la regulación y autorización de grandes superficies comerciales, en el marco de la unidad de mercado; calendarios y horarios comerciales, en el marco de la normativa estatal y ferias y mercados interiores. 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.

El presente texto legal tiene entre sus principios, como ya se mencionó anteriormente, satisfacer las necesidades que tanto los comerciantes como los consumidores sienten, 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, reforzando los elementos de competencia en el sector y la participación de los agentes sociales intervinientes, así como la defensa de los consumidores.

Asimismo, se ha tenido en cuenta la normativa comunitaria sobre la materia y se han 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.

Este nuevo texto refundido atiende, siempre dentro del riguroso respeto a la legislación estatal reguladora del comercio minorista y al igual que en la redacción originaria de la Ley

16/2002, de 19 de diciembre, a las peculiaridades propias de la Comunidad Autónoma y su realidad socioeconómica en el ámbito comercial.

Este texto legal incorpora los principios inspiradores de la ya mencionada Directiva de Servicios del Mercado Interior, es decir, la simplificación y agilidad procedimental, y la eliminación de determinadas barreras existentes a las libertades de establecimiento y prestación de servicios, concretándose en modificaciones normativas (Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre), que afectaban al otorgamiento de licencias comerciales y a las ventas especiales.

Asimismo este texto recoge las recientes modificaciones de la regulación básica estatal (incorporadas a nuestra normativa mediante el Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto), en dos grandes aspectos como son, la mayor flexibilización de los horarios comerciales y de las aperturas comerciales en domingos y festivos en primer lugar, y en segundo lugar la adopción de una serie de medidas para liberalizar ciertos aspectos de las ventas promocionales como las rebajas. El objetivo es reforzar la competitividad de nuestras empresas, la productividad y la eficiencia en la distribución comercial minorista y los precios, así como incrementar las posibilidades de compra de los consumidores.

Por otro lado también se recoge en esta disposición legal la puesta en valor de la figura del emprendedor como factor imprescindible para la creación de riqueza, incorporándose medidas de estímulo a la creación de empresas de Castilla y León como la fijación de un marco jurídico administrativo favorable al emprendimiento en la creación y consolidación de empresas, a través de la reducción progresiva de trabas y cargas administrativas y la simplificación de procedimientos administrativos como el de las licencias comerciales (modificación en la Ley de Comercio de Castilla y León efectuada mediante Ley 5/2013, de 19 de junio, de Estímulo a la Creación de Empresas en Castilla y León).

Finalmente y con el objetivo de regularizar de un modo eficiente la actividad comercial y el buen funcionamiento del mercado interior, alcanzando un elevado nivel de protección de los consumidores y evitando de este modo vacíos legales en esta materia, también se han introducido en este texto los cambios producidos en distintos ámbitos del mercado interior por directivas europeas como son la competencia desleal y la publicidad, siendo estas modificaciones de su régimen legal (Ley 29/2009, de 30 de diciembre, y Ley 1/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista), las que afectan fundamentalmente a las actividades comerciales de promoción de ventas, y en particular a la venta multinivel, la prohibición de venta en pirámide y la venta con obsequio o prima.

El texto presenta importantes novedades que es preciso destacar. Destaca su función de norma integradora y su adaptación a la realidad comercial de nuestra Región, lo que se refleja en muy diversos aspectos.

Dado que las normas propias hasta ahora vigentes en materia de comercio han resultado ser un referente principal, este nuevo texto 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.

IV

Este decreto legislativo a través del cual se aprueba el texto refundido de las normas autonómicas en materia de Comercio se estructura en un único artículo, una disposición adicional sobre las remisiones normativas que se efectúan a los preceptos objeto de refundición, una disposición derogatoria de todos los preceptos refundidos y, en último lugar, una disposición final sobre la entrada en vigor del decreto legislativo y del texto refundido.

Por otra parte y en virtud del contenido de la delegación legislativa que se efectuó en la disposición final quinta de la Ley 5/2013, de 19 de junio, de Estímulo a la Creación de Empresas en Castilla y León, este texto refunde las disposiciones legales que ya se han citado anteriormente, epigrafiando, en su caso, los títulos, capítulos y artículos del texto refundido.

V

El texto refundido se estructura en cinco títulos y una disposición final. En el Título I se contempla el concepto de actividad comercial, eliminándose la prohibición de ejercer la

actividad comercial mayorista y minorista en el mismo establecimiento. Se sienta el modelo de organización comercial para Castilla y León a través de los principios informadores de la Ley y se establece un régimen para la devolución de los bienes y productos al señalar las características principales de la oferta comercial.

Se regula 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.

Una de las principales cuestiones que se aborda en este título es la regulación de los horarios comerciales, introduciendo una mayor flexibilización de horarios y de apertura comercial en domingos y festivos. Asimismo, y con objeto de reforzar la nueva regulación derivada de la norma básica estatal, se hace alusión en este título a la posterior regulación reglamentaria de los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística.

El Título II aborda la gran cuestión de los equipamientos comerciales, acomodando en la norma las tendencias existentes en esta materia desde el análisis de todos los intereses implicados.

En este punto, la norma 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 de que la Administración Autonómica planifique una respuesta conjunta para el desarrollo de nuestra Región.

Se elimina la necesidad de licencia comercial para la instalación de los establecimientos comerciales que no tengan la consideración de gran establecimiento, suprimiéndose asimismo los límites inferiores a 2.500 metros cuadrados de superficie de venta al público para la consideración de gran establecimiento comercial.

La licencia comercial que se prevé resulta así plenamente justificada por razones imperiosas de interés general, siendo compatible y ajustada al principio de proporcionalidad.

En cuanto al procedimiento de la licencia comercial, debe destacarse el hecho de que se ha regulado atendiendo siempre a la premisa de simplificación y racionalización de los procedimientos, reduciendo los plazos y costes de los trámites y facilitando de este modo la actividad del emprendedor.

Por otro lado, por lo que respecta a las transmisiones o determinadas ampliaciones de grandes establecimientos comerciales, el régimen de autorización se ha sustituido por el de la comunicación a la Administración Autonómica, así como en el supuesto de aperturas o ampliaciones de un gran establecimiento comercial individual que se integre en un colectivo.

Finalmente añadir que, la redacción del artículo 23 «tasa por la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales y establecimientos comerciales de descuento duro» ha sido modificada con el fin de adaptarla a la realidad y de dar, en definitiva, una mayor claridad y coordinación al texto puesto que la licencia para establecimientos comerciales de descuento duro fue suprimida desde el año 2009 mediante el Decreto-Ley 3/2009, de 23 de diciembre, ya mencionado anteriormente. Es decir, al desaparecer la actuación administrativa sobre la que se basaba el hecho imponible de esa tasa por la tramitación de ese tipo de establecimiento, no tiene sentido y da lugar a confusión jurídica el seguir manteniendo dicha redacción.

En el Título III del nuevo texto 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 tipo. Continuando con la corriente liberalizadora iniciada por el estado en el ámbito comercial, se flexibilizan determinados aspectos comúnmente aplicables a todas las actividades de promoción de ventas y se liberalizan, en cierto modo las rebajas al desaparecer los periodos previamente establecidos por la normativa anterior para las mismas, dejando a criterio de cada comerciante su determinación, persiguiendo con ello el incremento de las ventas.

El Título IV regula de forma detallada las llamadas ventas especiales que se realicen en el territorio de Castilla y León, siempre desde la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, adecuando algunos aspectos sobre la materia que requerían ser adaptados a las reformas estatales llevadas a cabo en los últimos años tras la transposición de la Directiva de Servicios en el Mercado Interior y otras directivas en materia de

competencia desleal y publicidad. Destaca, entre otros aspectos, la desaparición de la autorización administrativa previa y su sustitución por una comunicación a la Administración.

El último Título se dedica a regular todo lo relativo al régimen de inspección, así como el de las infracciones y sanciones en esta materia.

En su virtud, la Junta de Castilla y León, a propuesta del Consejero de Economía y Empleo, de acuerdo con el dictamen del Consejo Consultivo de Castilla y León y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 28 de agosto de 2014

DISPONE

Artículo único. *Aprobación del texto refundido.*

Se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio de Castilla y León, que se inserta a continuación.

Disposición adicional única. *Remisiones normativas.*

Las remisiones normativas realizadas en otras disposiciones a la Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León o a cualquiera de sus preceptos, se entenderán efectuadas a los preceptos correspondientes del texto refundido que se aprueba mediante este decreto legislativo.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

1. Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan al presente decreto legislativo y al texto refundido.

2. En particular, quedan derogados:

- a) La Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León.
- b) El artículo 4 del Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre, de Medidas de Impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León.
- c) El apartado 3 de la disposición transitoria tercera del Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre, de Medidas de Impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León, en lo referente a los criterios aplicables a la planificación urbanística y que se regulaban en los artículos 27.3, 28 y 29 del Plan Regional de ámbito sectorial de Equipamiento Comercial de Castilla y León aprobado por el Decreto 104/2005, de 29 de diciembre.
- d) El artículo 8 del Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto, por el que se establecen medidas urgentes para garantizar la estabilidad presupuestaria.
- e) La disposición final primera de la Ley 5/2013, de 19 de junio, de Estímulo a la creación de Empresas en Castilla y León.

Disposición final única. *Entrada en vigor.*

El presente decreto legislativo y el texto refundido que aprueba entrarán en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de Castilla y León».

Valladolid, 28 de agosto de 2014.

El Consejero de Economía y Empleo, El Presidente de la Junta de Castilla y León,
TOMÁS VILLANUEVA RODRÍGUEZ JUAN VICENTE HERRERA CAMPO

TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN

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 1.º

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

Artículo 3. *Actividad comercial minorista y mayorista.*

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Respeto de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios.
- b) Libertad de empresa en el marco de la economía de mercado.
- c) La libre circulación de mercancías dentro del territorio español y comunitario.
- d) La libertad empresarial para la instalación de establecimientos comerciales.
- e) La adecuación del equipamiento comercial al territorio de Castilla y León, basada fundamentalmente en la búsqueda del equilibrio de todos los valores afectados por su implantación y la sostenibilidad del desarrollo urbano y rural.
- f) Promoción del desarrollo económico y la modernización de la actividad comercial con el objetivo final de incrementar la capacidad de competencia de las empresas y garantizar una ocupación laboral estable en el sector.
- g) Fomento del asociacionismo como fórmula vertebradora del desarrollo armónico y modernizador del tejido comercial.
- h) Promoción de la igualdad de oportunidades y la formación técnica y profesional de los comerciantes y trabajadores del sector comercial.
- i) Libre y leal competencia, impidiendo prácticas restrictivas de la competencia y actos de competencia desleal en el proceso normal de distribución de bienes y productos o de la prestación de servicios.
- j) Desarrollo de políticas tendentes a la protección de las pequeñas y medianas empresas del sector.

CAPÍTULO II

Oferta comercial

Artículo 6. *Condiciones generales de la oferta comercial.*

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

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

Artículo 7. *Horarios comerciales.*

1. El horario global en el que los comercios podrán ejercer su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana será libremente determinado por cada comerciante, de acuerdo con lo que se establezca reglamentariamente por la Junta de Castilla y León al respecto, con pleno respeto a lo establecido en la normativa estatal sobre la materia.

2. El número mínimo de domingos y días festivos en que los comercios podrán permanecer abiertos al público será de diez. No obstante la determinación del calendario, que en todo caso deberá atender de forma prioritaria el atractivo comercial de esos días, se realizará de acuerdo con el procedimiento y los criterios que se establezcan reglamentariamente por la Junta de Castilla y León.

En aquellos municipios en los que concurren tradiciones comerciales históricas, podrán establecerse excepciones al régimen general, de acuerdo con lo establecido en la presente Ley y en las normas que la desarrollen.

3. Conforme a lo preceptuado en la legislación estatal, a efectos de lo establecido en este artículo y mediante el correspondiente desarrollo reglamentario, se establecerán los criterios y el procedimiento para la declaración, a instancia de los Ayuntamientos, de las zonas de gran afluencia turística.

CAPÍTULO III

Precios y garantías de los productos

Artículo 8. *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 9. *Garantías de los bienes y productos.*

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

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

Artículo 10. *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 11. *El Consejo Castellano y Leonés de Comercio.*

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

2. Son funciones de este órgano:

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

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

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

d) 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

Del equipamiento comercial

CAPÍTULO I

Objeto y elementos constitutivos de la ordenación del equipamiento comercial

Artículo 12. *Objeto.*

1. El presente Título tiene por objeto establecer las directrices necesarias para el adecuado desarrollo del equipamiento comercial de los municipios de Castilla y León, constituido por la dotación de establecimientos comerciales tanto de carácter individual como colectivo, así como el régimen jurídico de autorización administrativa para la implantación de los grandes establecimientos comerciales que ejerzan una actividad de comercio minorista capaces de producir efectos relevantes, con incidencia supramunicipal, sobre la sostenibilidad del desarrollo urbano, rural y medio ambiental con el fin de salvaguardar las siguientes razones imperiosas de interés general que no pueden protegerse mediante la presentación de una declaración responsable o de una comunicación previa: la protección del medioambiente y del entorno urbano, y la conservación del patrimonio histórico y artístico.

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

Artículo 13. *Elementos de la ordenación del equipamiento comercial.*

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

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

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

Artículo 14. *Concepto de establecimiento comercial.*

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales toda instalación inmueble de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma permanente; o toda instalación móvil de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma habitual.

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

CAPÍTULO II

Régimen administrativo de los grandes establecimientos comerciales

Artículo 15. *Concepto de gran establecimiento comercial.*

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

2. Aquellos establecimientos comerciales que dediquen esencialmente su superficie comercial a la venta de materiales de construcción, maquinaria industrial, especies vegetales en viveros, vehículos y muebles, tendrán asimismo la consideración de grandes establecimientos comerciales de acuerdo con su superficie de venta ponderada en la forma establecida en el artículo 17 cuando superen los límites señalados en el párrafo anterior.

Artículo 16. *Clasificación de los grandes establecimientos comerciales individuales.*

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

a) Establecimientos especializados en bienes de consumo cotidiano.

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

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

Se define como tal aquél que presenta una superficie de venta al público superior al 50% destinada a la venta de productos del textil, cuero, calzado, complementos, deporte, juguetes, bricolaje, ferretería, decoración, jardinería, electrodomésticos, electrónica, soportes audiovisuales e informática, así como todo establecimiento que se dedique a la venta de otros productos no reflejados en este artículo.

Artículo 17. *Concepto de superficie de venta al público.*

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

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

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

3. Para obtener la superficie de venta al público computable de aquellos establecimientos comerciales que requieran grandes espacios para su venta y que se recogen en el apartado segundo del artículo 15, se multiplicará su superficie de venta al público por un índice corrector de 0,30.

Artículo 18. *Licencia comercial de gran establecimiento comercial.*

1. La implantación de grandes establecimientos comerciales requiere, por su incidencia supramunicipal y atendiendo a las razones imperiosas de interés general establecidas en el artículo 12 de la presente ley, la concesión de licencia comercial de gran establecimiento comercial por la Consejería competente en materia de comercio, previa tramitación del procedimiento regulado en la presente ley.

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

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

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

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

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

a) En la apertura de grandes establecimientos comerciales, supuesto que incluirá el traslado de los mismos.

b) En la ampliación de un establecimiento comercial cuando implique que su superficie de venta final supere los 2.500 m².

c) En las ampliaciones de los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, cuando supongan al menos el 25% de la superficie total de venta al público del establecimiento, y, en todo caso, cuando la ampliación supere los 2.500 m².

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

Se considerará en todo caso como ampliación de la superficie de venta al público sujeta a licencia comercial, aquellos supuestos en que los establecimientos comerciales definidos en el artículo 15.2 dejen de comercializar los productos que hayan justificado la ponderación de su superficie de venta y, en consecuencia, pasen a considerarse grandes establecimientos comerciales.

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

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

7. Los mercados municipales, considerados como establecimientos comerciales colectivos, no requerirán obtener la licencia comercial aún cuando superen los límites señalados en el artículo 15, ni tampoco la requerirán los grandes establecimientos comerciales individuales en ellos integrados. En el plazo de un mes desde la apertura o ampliación, el titular de la actividad comercial que se ejerza en un gran establecimiento comercial individual que se ubique en su interior debe comunicar dicha circunstancia a la Consejería competente en materia de comercio.

Artículo 19. Solicitud de la licencia comercial.

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

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

a) Identificación del solicitante de la licencia, así como declaración responsable de la representación que ostente, en su caso.

b) Disponibilidad de los terrenos o de la edificación sobre los que se pretenda implantar el establecimiento, que se autorice mediante la licencia comercial, o declaración responsable sobre la misma.

c) El proyecto del establecimiento, que deberá contener, al menos:

l) La descripción del establecimiento sujeto a licencia, haciendo constar tanto la superficie construida total como la superficie de venta al público, tal y como se define en la presente norma, así como la destinada a los diferentes usos, mediante memoria y planos con una definición de, al menos, un anteproyecto técnico.

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

ll) Número de plazas destinadas a aparcamiento público.

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

d) Respecto del instrumento de planeamiento urbanístico:

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

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

e) El solicitante deberá aportar un informe, suscrito por profesionales independientes no vinculados laboralmente al solicitante, del cumplimiento de los criterios que son necesarios de acuerdo con las correspondientes normativas sectoriales, para garantizar la correcta implantación del proyecto objeto de la solicitud, haciendo referencia a los criterios establecidos en el artículo 22 e incidiendo de manera especial en la movilidad generada y en la adecuada accesibilidad futura rodada y peatonal del proyecto objeto de la solicitud, así como en su influencia sobre el tráfico preexistente y previsible.

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

3. La acreditación de los datos contenidos en las declaraciones responsables aportadas por el solicitante será requerida antes de formular la correspondiente propuesta de resolución y, en todo caso, con carácter previo a la resolución que ponga fin al procedimiento.

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

Artículo 20. Procedimiento.

1. Una vez presentada toda la documentación referida en el artículo anterior, la Consejería competente en materia de comercio declarará completo el expediente,

comunicando esta circunstancia al solicitante junto con el plazo máximo para la resolución del procedimiento y el sentido estimatorio o desestimatorio del silencio administrativo.

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

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

- a) La solicitud de licencia comercial.
- b) La descripción del proyecto del establecimiento de acuerdo con el apartado 2 del artículo 19.
- c) El certificado sobre la existencia de planeamiento habilitante o el instrumento de planeamiento urbanístico.

3. Efectuados los trámites anteriores, la Consejería competente en materia de comercio solicitará un informe al Ayuntamiento en cuyo término municipal se ubique el proyecto objeto de la solicitud que deberá motivarse en los criterios que se señalan en el artículo 22.

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

4. Paralelamente y a la vista de la documentación obrante en el expediente, se solicitarán informes a las Consejerías competentes en materia de ordenación del territorio, medio ambiente, carreteras y urbanismo al objeto de que emitan en el plazo de un mes los correspondientes informes en atención a las materias que tengan atribuidas y de acuerdo con los criterios recogidos en el artículo 22.

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

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

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

7. El plazo máximo para la notificación de la resolución del procedimiento de concesión de licencia comercial será de tres meses, contados desde el día en que haya tenido entrada toda la documentación que se señala en el artículo 19 en el órgano competente para su tramitación. Transcurrido dicho plazo sin haberse notificado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de licencia comercial. No obstante, ésta se entenderá desestimada por silencio administrativo, dadas las razones imperiosas de interés general previstas en el artículo 12, cuando alguno de los informes preceptivos contemplados en los apartados 3 y 4 del presente artículo no se hubiese solicitado o, solicitado, fuese desfavorable.

Artículo 21. Resolución.

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

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

2. La licencia comercial tendrá carácter indefinido. No obstante, las licencias comerciales caducarán, en todo caso, en los plazos y supuestos siguientes, que no podrán ser objeto de prórroga:

- a) Cuando transcurridos dos años, contados a partir de la fecha de la notificación de la concesión de la licencia comercial, su titular no hubiese obtenido las oportunas licencias municipales ambiental y de obras, en caso de que fuesen necesarias.

b) Cuando transcurridos dos años a contar desde la obtención de las licencias descritas en la letra anterior, no tenga lugar el comienzo efectivo del ejercicio de la actividad comercial.

Artículo 22. *Criterios para la concesión de la licencia comercial.*

En la tramitación de la licencia comercial solicitada se deberá tener en cuenta si el proyecto presentado se adecua a lo previsto en el presente Título, y en especial a los siguientes criterios basados en las razones imperiosas de interés general previstas en el artículo 12 de la presente ley:

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

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

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

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

CAPÍTULO III

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

Artículo 23. *Tasa por la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales.*

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 en todos los casos en los que ésta sea necesaria.

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 15 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 24. *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. La utilización de alguna de estas denominaciones sin ajustarse a su regulación específica, se estará a lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley de Competencia Desleal.

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 25. *Requisitos generales.*

Las actividades comerciales de promoción de ventas podrán simultanearse en un mismo establecimiento comercial excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.

Estas 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, aquel que el comerciante hubiera aplicado sobre productos idénticos durante un período continuado, en los términos que se establezca 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.

f) Las actividades comerciales de promoción de ventas no podrán condicionarse a la existencia de una reducción porcentual de precios mínima o máxima.

Artículo 26. *Prohibición de las ventas en pirámide.*

A los efectos de la prohibición de este tipo de actividades de venta, se estará a lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

CAPÍTULO II

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

Artículo 27. *Ventas en rebajas.*

1. Existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se oferten a un precio inferior al fijado antes de la citada venta, y dentro del mismo establecimiento dedicado a la actividad comercial, durante un período libremente establecido por el comerciante.

2. Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los períodos estacionales que decida libremente cada comerciante en función de su interés comercial. 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.

3. Queda prohibida la venta en rebajas de aquellos artículos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

4. Los artículos ofrecidos en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual del establecimiento.

Artículo 28. *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. No puede calificarse como venta de saldos la de aquellos productos que bajo tal régimen, supongan algún riesgo o engaño para el comprador, ni tampoco la de aquellos productos que no se vendan realmente por precio inferior al habitual.

Artículo 29. *Ventas en liquidación.*

1. 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 un año.

6. La venta en liquidación deberá ser comunicada a la administración autonómica en los términos establecidos reglamentariamente.

7. No podrá efectuarse una nueva liquidación en un mismo establecimiento de productos similares a la anterior liquidación en el curso de los tres años siguientes, salvo cuando esta última tenga lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, por el cese total de la actividad, o por causa de fuerza mayor.

Artículo 30. Ventas con obsequio o prima.

1. Se consideran ventas con obsequio aquéllas que, con la finalidad de promover las ventas, ofertan un premio cualquiera que sea la naturaleza de éste, ya sea bien de manera automática o participando en un sorteo o concurso.

Son ventas con prima aquéllas que ofrezcan cualquier incentivo o ventaja vinculado a la adquisición de un bien o servicio. Se reputan desleales en los supuestos previstos en la Ley de Competencia Desleal.

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

2. Reglamentariamente podrán establecerse los requisitos de estas ventas, 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. Los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador en el momento de la compra o bien en un plazo máximo de dos meses, a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos. Cuando el ofrecimiento se haya realizado en los envases de los productos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

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

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

Artículo 31. 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, que podrán haber sido adquiridos exclusivamente con este fin, 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. Reglamentariamente se determinarán las condiciones en que ha de realizarse la venta en oferta, y en particular los tipos de ventajas e incentivos que las caracterizan.

Artículo 32. *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. 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 33. *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. 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 34. *Concepto.*

1. Para la definición y la calificación de las ventas a distancia se estará a lo dispuesto en el artículo 38 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

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

Artículo 35. *Requisitos.*

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

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

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

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

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

a) La identidad del oferente y los medios a través de los cuales se pueda solicitar información, así como una dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones.

b) El producto o servicio que se ofrezca.

c) El precio total a pagar.

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

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

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

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

Artículo 38. 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 39. Concepto.

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

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

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

a) La identidad del oferente.

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO V

Venta ambulante o no sedentaria

Artículo 40. *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 41. *Autorización.*

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

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

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

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

Artículo 42. *Regulación de la actividad.*

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

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

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

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

TÍTULO V

De la inspección y del régimen sancionador

CAPÍTULO I

Principios generales

Artículo 43. *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 44. *Definición y órganos competentes en materia de inspección.*

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

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

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

CAPÍTULO III

Régimen de infracciones y sanciones

Artículo 45. *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 46. 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 47. Infracciones leves.

Se consideran infracciones leves:

a) No exhibir la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentaria establecida.

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

c) El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley, cuando no esté tipificada como infracción grave o muy grave.

d) La falta de comunicación de las ventas en liquidación.

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

Artículo 48. 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 10 de la presente ley.

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

d) La falta de comunicación de las ampliaciones reguladas en el artículo 18.4, así como en los supuestos previstos en el artículo 18.5, 6 y 7 de la presente ley.

e) El incumplimiento del régimen general de horarios, con excepción de lo considerado infracción leve en esta materia.

f) La realización de actividades comerciales de promoción de ventas incumpliendo las condiciones y limitaciones que para las mismas se establezcan legal o reglamentariamente.

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

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

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

j) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

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

l) La falta de comunicación en las ventas a distancia.

Artículo 49. Infracciones muy graves.

Se consideran infracciones muy graves:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar información requerida por las autoridades o sus agentes y el personal de las Administraciones Públicas competentes en materia de comercio interior en el ejercicio de las funciones de comprobación y vigilancia

cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o de cualquier otra forma de presión.

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

c) El inicio de cualquier tipo de actuaciones para las que resulte preceptiva la licencia comercial sin haberla obtenido, así como el incumplimiento de las condiciones y limitaciones que se establezcan en la licencia comercial correspondiente.

d) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 50. 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 46 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 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.

Artículo 52. Tipo de sanciones.

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

a) El apercibimiento.

b) La multa.

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

Artículo 53. 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 54. 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 55. 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 los requerimientos no sean atendidos por el sujeto responsable.

Artículo 56. *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 57. *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 58. *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 aquél en que adquiera firmeza en vía administrativa la resolución sancionadora.

Disposición final única. *Habilitación normativa.*

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

Este texto consolidado no tiene valor jurídico.
Más información en info@boe.es