

**Texto Refundido de Ley de Comercio de Canarias**

Decreto Legislativo 1/2012, de 21 de abril

LCAN 2012\107

COMERCIO. Aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias y reguladora de la licencia comercial.

CONSEJERÍA EMPLEO, INDUSTRIA Y COMERCIO

BO. Canarias 25 abril 2012, núm. 81, [pág. 7744]

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.**I.**

1. El primitivo [Estatuto de Autonomía de Canarias](#), aprobado por [Ley Orgánica 10/1982, de 10 de agosto](#), antes de su modificación operada por la [Ley Orgánica 4/1996, de 30 de diciembre](#), en su [artículo 35](#) determinaba que la Comunidad Autónoma podría asumir las facultades de legislación y de ejecución en las materias que por Ley Orgánica le transfiera o delegara el Estado. Mediante [Ley Orgánica 11/1982, de 10 de agosto](#), se atribuyó a la Comunidad Autónoma de Canarias la potestad legislativa sobre las materias de titularidad estatal contenidas en los artículos de su [Estatuto de Autonomía](#), que por su naturaleza y por imperativo constitucional así lo exigieran, de acuerdo con las previsiones de su [artículo primero](#).

En el ejercicio de esas competencias la Comunidad Autónoma de Canarias aprobó la [Ley 4/1994, de 25 de abril](#), de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias.

Por otro lado, al amparo de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma de Canarias en materia de comercio interior en base al [artículo 31.3](#) del [Estatuto de Autonomía](#) (en su redacción dada por la [Ley Orgánica 4/1996, de 30 de diciembre](#)), se dictó la [Ley 10/2003, de 3 de abril](#), reguladora de la Licencia Comercial Específica, posteriormente derogada por la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), reguladora de la Licencia Comercial, así como la [Ley 8/2011, de 8 de abril](#), por la que se modifica la [Ley 4/1994, de 25 de abril](#), de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias.

2. Tanto la [Ley 4/1994](#) como la [Ley 12/2009](#) han reconocido las particularidades de orden social, económico y jurídico que inciden de manera sobresaliente en la configuración de la ordenación jurídica de la actividad comercial en Canarias y las implicaciones del régimen especial de Canarias como región ultraperiférica en relación con dicha ordenación.

Así, el preámbulo de la [Ley 4/1994](#) señaló de manera explícita que en su elaboración se trató de «incorporar las particulares circunstancias que concurren en la Comunidad Autónoma de Canarias, y que exigen un tratamiento de determinados aspectos del comercio interior, fundamentalmente en la actuación pública sobre la actividad comercial, especialmente en lo relativo a la reforma y modernización de las estructuras comerciales, el control de los operadores económicos que intervienen en esta actividad, las previsiones de ocupación de suelo y demás aspectos que incidan en el denominado «urbanismo comercial»».

Y en la misma línea, el preámbulo de la [Ley 12/2009](#) ha invocado también de modo expreso la versatilidad del derogado [artículo 299.2](#) del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea ([TCE](#)) –en la actualidad, [artículo 349](#) del [Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea](#)–, advirtiendo la relevancia del severo condicionamiento que genera la condición ultraperiférica, que implica «costes adicionales a la actividad comercial, todos ellos vinculados con una serie de dificultades tales como el tamaño reducido de los mercados, el aislamiento con respecto a los mercados principales, el déficit de economías de escala en la producción y la necesidad de las empresas de

disponer de existencias importantes, la duración reducida de la amortización de bienes, los costes adicionales de abastecimiento de energía, los déficit de acceso a conexiones de alta velocidad o la dificultad de organizar la promoción de los productos locales fuera de la región».

II.

Aprobada 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, y una vez que se produjo su entrada en vigor, ésta hubo de ser incorporada al Derecho interno en cumplimiento de lo dispuesto en su [artículo 44.1](#), a tenor del cual los estados miembros pondrían en vigor las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para darle cumplimiento a más tardar antes del 28 de diciembre de 2009.

Así pues, en uso del mismo título competencial que dio pie a la [Ley 10/2003, de 3 de abril](#) –y de las competencias exclusivas en materia de ferias y mercados interiores, de defensa del consumidor y del usuario y de ordenación de la planificación de la actividad económica regional que el [Estatuto de Autonomía](#) atribuye a la Comunidad Autónoma en los términos de sus [artículos 30.12, 31.3 y 31.4](#)–, y a fin de adaptar nuestro ordenamiento autonómico a la normativa comunitaria existente en esta materia, si bien respetando el margen ofrecido por la propia Directiva, se promulgó la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), reguladora de la Licencia Comercial.

Esta [Ley 12/2009](#) ha derogado expresamente la [Ley 10/2003](#), pero mantiene un régimen de autorización previa basada en razones de imperioso interés general para la implantación de los servicios o equipamientos comerciales y continúa ordenando, aunque de forma excepcional, el principio general de la libertad de dicha implantación, teniendo en cuenta las peculiaridades propias del Archipiélago, dada su condición de región ultraperiférica y con el objetivo de avanzar en la modernización y especialización de las estructuras comerciales de Canarias.

III.

La [Ley 8/2011, de 8 de abril](#), por la que se modifica la [Ley 4/1994, de 25 de abril](#), de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias, preceptúa en su Disposición Final Primera, lo siguiente: «Se autoriza al Gobierno de Canarias a elaborar, en el plazo de un año, un texto refundido de la [Ley 4/1994, de 25 de abril](#), de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias, modificada por la presente Ley, y de la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), reguladora de la Licencia Comercial».

Por ello, en el ejercicio de la autorización conferida por el Parlamento de Canarias, y dentro del plazo establecido por éste, se procede a la aprobación del Texto Refundido de las citadas Leyes.

En su virtud, a propuesta de la Consejera de Empleo, Industria y Comercio, de acuerdo con el dictamen del Consejo Consultivo de Canarias y previa deliberación del Gobierno en su reunión del día 21 de abril de 2012, dispongo:

Artículo Único. Aprobación del Texto Refundido de las Leyes de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias y reguladora de la Licencia Comercial

Se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias y reguladora de la Licencia Comercial, en los términos del anexo.

Disposición Derogatoria Única. Derogación normativa

1. Quedan derogadas la [Ley 4/1994, de 25 de abril](#), de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias, la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), reguladora de la Licencia Comercial (a excepción de su [disposición adicional quinta](#)), y la [Ley 8/2011, de 8 de abril](#), por la que se modifica la [Ley 4/1994, de 25 de abril](#), de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias.

2. Asimismo, quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango en lo que contradigan o se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto Legislativo.

Disposición Final Única. Entrada en vigor

El presente Decreto Legislativo y el texto refundido que se aprueba entrarán en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Canarias.

ANEXO. Texto Refundido de las Leyes de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias y reguladora de la licencia comercial

TÍTULO I. Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto

1. La presente Ley tiene por objeto principal el establecimiento del marco jurídico, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, de la actividad comercial, de la distribución y equipamiento comercial, de determinadas modalidades de ventas específicas con la finalidad de ordenar la actividad de este sector, de la autorización de la actividad de los grandes establecimientos comerciales y de los centros comerciales, y la regulación de la licencia comercial.

2. Ordena, asimismo, las actividades feriales y otros aspectos relativos al comercio interior.

Artículo 2. Principios rectores de la Ley

La presente Ley se inspira en los siguientes principios:

a) La libertad de empresa en el marco de la economía de mercado, la planificación económica general del Estado y de la Comunidad Autónoma y la unidad de mercado, dentro de una libre y leal competencia, sin perjuicio de las disposiciones contenidas en la misma y las restantes disposiciones específicas que regulan la actividad comercial.

b) La adecuación del sistema de equipamientos comerciales a la necesaria ordenación y equilibrio territorial, con el objetivo de que todos los consumidores, residentes en cualquier isla o zona, puedan disponer de una red de servicios comerciales abierta y adaptada a las exigencias de la vida actual.

c) La adecuada protección de los entornos y del medio ambiente urbano y natural, con el objetivo de alcanzar una cohesión social y territorial que coadyuve a la igualdad de todos los ciudadanos, reduzca la movilidad y evite los desplazamientos innecesarios que congestionen las infraestructuras públicas.

d) La promoción de un modelo comercial que ofrezca las mismas posibilidades de accesibilidad y desarrollo para todos los ciudadanos, estuvieren o no en situación de dependencia.

- e) El acceso en condiciones de igualdad a las diferentes fórmulas de implantación comercial.
- f) El desarrollo racional y equilibrado de las actividades comerciales en el territorio, que, en todo caso, garantice su diversidad y complementariedad y asegure el óptimo aprovechamiento del suelo en cuanto recurso escaso natural singular.
- g) La armonización de los requerimientos del desarrollo social y económico con el fomento de los sectores productivos canarios y la preservación y la mejora del medio ambiente urbano, rural y natural, asegurando a todos una digna calidad de vida.
- h) La promoción de la cohesión e integración sociales, fomentando un nivel de empleo estable así como la solidaridad autonómica, insular e intermunicipal.
- i) La cooperación interadministrativa para alcanzar la coordinación de las diversas actuaciones sobre el sector del comercio sometido a esta Ley.
- j) La preservación del patrimonio histórico de Canarias, considerando tanto los elementos aislados como los conjuntos urbanos, rurales o paisajísticos, promoviendo las medidas pertinentes para impedir su destrucción, deterioro, sustitución ilegítima o transformaciones impropias, e impulsando su recuperación, rehabilitación y enriquecimiento, en concordancia con su normativa específica.

Artículo 3. Actividad comercial: concepto, ámbito y clases

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la llevada a cabo por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que actúen tanto por cuenta propia como ajena, y dirigida a poner a disposición de los consumidores y usuarios bienes, productos o mercancías, así como determinados servicios susceptibles de tráfico comercial.

2. Asimismo, a los efectos de esta Ley, se entiende:

A) Por actividad comercial mayorista la adquisición de bienes, productos o mercancías y la venta de éstos al mayor, a otros comerciantes, tanto mayoristas, empresarios, industriales o artesanos.

B) Por actividad comercial minorista o detallista la adquisición de mercancías y la venta de éstas al consumidor final, así también como la prestación al público de determinados servicios.

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

La actividad comercial minorista debe, salvo los supuestos especiales previstos en esta Ley, desarrollarse en establecimientos permanentes por cualesquiera de los métodos de venta admitidos por la práctica comercial.

Se exceptúan de lo dispuesto en los párrafos anteriores:

a) La venta por los fabricantes, dentro del recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción.

b) La venta por los artesanos, en el propio taller, de los productos resultantes de su actividad.

c) La venta directa por los agricultores y ganaderos, o por las cooperativas formadas por éstos, de los productos agropecuarios en estado natural y en el lugar de su producción.

d) Las actividades comerciales minorista y mayorista sólo podrán ejercerse simultáneamente con sujeción a los siguientes requisitos:

1º) Cumplir las normas específicas aplicables a las respectivas modalidades de venta.

2º) Respetar los límites establecidos en la legislación reguladora de los aspectos fiscales del Régimen

Económico y Fiscal de Canarias.

3º) Disponer, cuando proceda, de la licencia comercial exigida para los grandes establecimientos comerciales y centros comerciales.

e) Las cooperativas de consumidores y usuarios, así como cualesquiera otras que suministren bienes y servicios a sus socios y a terceros estarán obligadas a limitar su actividad exclusivamente a sus socios. Cualquier otra actividad dirigida al público en general, deberá regirse por las normas generales que afecten al comercio minorista.

f) Los economatos y, en general, cualquier tipo de establecimiento que, de acuerdo con la legislación vigente, suministren productos o servicios exclusivamente a una colectividad de empleados, beneficiarios o socios no podrán en ningún caso suministrarlos al público en general.

Artículo 4. Exclusiones

No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley:

- a) La prestación de servicios bancarios, de seguros y de transportes cualquiera que sea el medio utilizado.
- b) El ejercicio de profesiones liberales.
- c) Los suministros de agua, gas, electricidad y teléfonos.
- d) Los servicios de bares, restaurantes y hostelería en general.
- e) Cualquier otra actividad comercial que, por su propia naturaleza o por estar así reglamentariamente establecido, esté sometida a control por parte de los poderes públicos.

TÍTULO II. Régimen administrativo de la actividad comercial

CAPÍTULO I. Del ejercicio de la actividad comercial

Artículo 5. Del marco en el que se desarrolla la actividad comercial

La actividad comercial debe realizarse en el marco de la economía de mercado, de acuerdo con las exigencias de la economía general, de la planificación, en su caso, y conforme a la legislación vigente en la materia.

Artículo 6. De las condiciones administrativas para el ejercicio de la actividad comercial

Son requisitos administrativos para el ejercicio de cualquier actividad comercial:

- a) Estar dado de alta en el epígrafe o epígrafes correspondientes al Impuesto de Actividades Económicas y al corriente en el pago.
- b) Estar dado de alta en el Régimen de la Seguridad Social que le corresponda.
- c) Cumplir los requisitos establecidos por las reglamentaciones específicas a aplicar en los productos y servicios que se dispongan para la venta.

d) Observar los preceptos de esta Ley y de demás normativa vigente.

Artículo 7. Otras condiciones administrativas

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, para el ejercicio de la actividad comercial todo comerciante deberá acreditar, en su caso, la titulación y colegiación oficial, así como la prestación de las fianzas y otras garantías exigidas por la legislación vigente para la venta de determinados productos o la prestación de determinados servicios.

2. El Gobierno de Canarias promoverá la igualdad de oportunidades y favorecerá la formación técnica y profesional y la agrupación de los comerciantes radicados en Canarias.

CAPÍTULO II. De los productos, bienes o mercancías, servicios, de los precios, de las reclamaciones y de los horarios comerciales

Artículo 8. De los productos, bienes o mercancías y servicios

Los productos, bienes o mercancías y, en su caso, los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios, tanto en los establecimientos comerciales como en los restantes lugares de contratación regulados en esta Ley, deberán cumplir lo dispuesto en la legislación general para la defensa de los consumidores y usuarios y normas que la complementan y desarrollan.

Artículo 9. De los precios

1. Los comerciantes tendrán libertad para fijar los precios de los productos y servicios, sin perjuicio de las limitaciones establecidas por la legislación vigente en materia de precios y márgenes comerciales y de protección de la libre competencia.

2. En todo caso, los precios de los productos y servicios, así como su exhibición al público, deberán cumplir lo dispuesto en la legislación general para la defensa de los consumidores y usuarios y normas que la complementan y desarrollan.

3. El precio de venta al público se hará constar precedido de las siglas PVP. El precio de venta que se indique se expresará de forma inequívoca, fácilmente identificable y claramente legible.

Artículo 10. Información sobre los precios

1. Los establecimientos comerciales están obligados a exhibir el precio de las mercancías que estén expuestas al público en escaparates y vitrinas.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, podrá dispensarse de esta obligación la exhibición de algún artículo que, por su elevado precio, pueda ser causa objetiva de inseguridad para el establecimiento. Reglamentariamente se establecerán las condiciones y cuantías que posibiliten tal excepción.

Artículo 11. De las reclamaciones

Se establece la obligatoriedad de disponer de hojas de reclamaciones en todos los establecimientos comerciales, así como de carteles anunciadores de su existencia, redactados en los idiomas castellano e inglés.

Artículo 12. De los horarios comerciales

1. Los comercios no podrán permanecer abiertos al público durante un número de horas que exceda de 90 en el conjunto de días laborables de la semana.

2. A lo largo del año, los establecimientos comerciales no podrán abrir al público durante más de 10 días que tengan la consideración de domingos o festivos.

El consejero o consejera competente en materia de comercio determinará anualmente, oídas las correspondientes comisiones insulares, los domingos o festivos que puedan abrir al público los comercios, atendiendo de forma prioritaria al atractivo comercial de dichos días para los consumidores, de acuerdo con los siguientes criterios:

a) La apertura en al menos un día festivo cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos continuados.

b) La apertura en los domingos y festivos correspondientes a los períodos de rebajas.

c) La apertura en los domingos y festivos de mayor afluencia turística en la Comunidad Autónoma.

d) La apertura en los domingos o festivos de la campaña de Navidad.

3. Cada comerciante determinará libremente el horario correspondiente a cada domingo o día festivo en que ejerza su actividad.

4. La determinación de las zonas de gran afluencia turística a las que se refiere el punto 1 del [artículo 5](#) de la [Ley 1/2004, de 21 de diciembre](#), de Horarios Comerciales, así como los períodos a que se circunscribe la libertad de apertura en las mismas, corresponderá al consejero o consejera competente en materia de comercio, que habrá de adoptar su decisión a propuesta de los ayuntamientos correspondientes, oídas las asociaciones de consumidores y usuarios y organizaciones empresariales y sindicales más representativas y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación competente por razón del territorio, y previo informe de la consejería competente en materia de turismo.

El plazo para dictar y notificar la resolución recaída en el procedimiento será de seis meses, transcurrido el cual sin que se haya llevado a efecto, podrá entenderse desestimada la solicitud. La resolución que ponga fin al procedimiento será objeto de publicación en el Boletín Oficial de Canarias.

La determinación de las zonas de gran afluencia turística se hará atendiendo a los beneficios que pueda reportarles tanto a consumidores como a comerciantes.

Se considerarán zonas de gran afluencia turística, aquellas áreas coincidentes con la totalidad del municipio o parte del mismo en las que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

a) Existencia de una concentración suficiente, cuantitativa o cualitativamente, de plazas en alojamientos y establecimientos turísticos o bien en el número de segundas residencias respecto a las que constituyen residencia habitual.

b) Que haya sido declarado Patrimonio de la Humanidad o en el que se localice un bien inmueble de interés cultural integrado en el patrimonio histórico-artístico.

c) Que limiten o constituyan áreas de influencia de zonas fronterizas.

d) Celebración de grandes eventos deportivos o culturales de carácter nacional o internacional.

e) Proximidad a áreas portuarias en las que operen cruceros turísticos y registren una afluencia significativa de visitantes.

f) Que constituyan áreas cuyo principal atractivo sea el turismo de compras.

g) Cuando concurran circunstancias especiales que así lo justifiquen.

En todo caso, en los municipios con más de 200.000 habitantes que hayan registrado más de 1.000.000 de pernoctaciones en el año inmediatamente anterior o que cuenten con puertos en los que operen cruceros turísticos que hayan recibido en el año inmediato anterior más de 400.000 pasajeros, se declarará, al menos, una zona de gran afluencia turística aplicando los criterios previstos en los párrafos anteriores .

5. Los establecimientos comerciales situados en aquellas zonas en que tengan lugar ferias y mercados de marcado carácter tradicional podrán permanecer abiertos, previa autorización del respectivo ayuntamiento, los domingos y festivos en que se celebre la correspondiente feria o mercado.

6. Los comerciantes sometidos a la presente Ley estarán obligados a exponer en los escaparates o en otro lugar de sus establecimientos visible desde el exterior, incluso cuando estén cerrados, en detalle claro y exacto de los días en que permanecerán abiertos al público y su horario de apertura y cierre.



Notas de vigencia

Ap. 4 modificado por [art. único de Ley 7/2012, de 7 de diciembre LCAN\2012\290](#).

Ap. 3 modificado por [art. único de Ley 7/2012, de 7 de diciembre LCAN\2012\290](#).

Ap. 2 modificado por [art. único de Ley 7/2012, de 7 de diciembre LCAN\2012\290](#).

CAPÍTULO III. De las comisiones insulares en materia de comercio

Artículo 13. Composición y competencias

1. Se crean las comisiones insulares en materia de comercio, presididas por el consejero o consejera competente en materia de comercio, e integradas cada una de ellas por: dos representantes del Gobierno de Canarias, dos representantes de los Cabildos, dos representantes de los Ayuntamientos, dos representantes de las cámaras oficiales de comercio, dos representantes de las confederaciones de empresarios, dos representantes de las organizaciones sindicales y dos representantes de las asociaciones de consumidores y usuarios más representativas.

2. Las comisiones insulares en materia de comercio tendrán las siguientes funciones:

a) Informar sobre los períodos de rebajas.

b) Informar sobre los domingos y festivos en los que podrán permanecer abiertos al público los establecimientos comerciales situados en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Canarias.

TÍTULO III. De los equipamientos comerciales

CAPÍTULO I. De los establecimientos comerciales

Artículo 14. Establecimientos comerciales

A los efectos de esta Ley, tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales edificados y las construcciones e instalaciones fijas y permanentes, cubiertas o sin cubrir, exteriores o interiores a una edificación con o sin escaparates, en los que se desarrolla profesionalmente una actividad comercial conforme a lo dispuesto en el artículo 3 de la presente Ley.

CAPÍTULO II. De los mercadillos y mercados de ocasión

Artículo 15. De los mercadillos

1. Son mercadillos aquellas superficies de venta, previamente acotadas por la autoridad municipal, en las que se instalan, normalmente con periodicidad previamente establecida, puestos de venta, de carácter no permanente, destinados a la venta de determinados productos de conformidad con la legislación vigente en materia de ventas fuera del establecimiento comercial.

2. Los Ayuntamientos podrán autorizar las ventas en mercadillos, determinando el número de puestos de cada uno y el tipo de productos que pueden ser vendidos de conformidad con la legislación en vigor en materia de ventas fuera del establecimiento comercial.

Artículo 16. De los mercados de ocasión

1. Se entienden por mercados de ocasión, a efectos de lo dispuesto en esta Ley, aquellos lugares o establecimientos en los que se llevan a cabo transacciones de productos que, por sus especiales circunstancias (productos de segunda mano, con pequeños defectos, fuera de moda, restos de existencias, u otras), se realizan en condiciones más ventajosas para los compradores que en los establecimientos habituales.

2. Queda prohibida la venta en dichos mercados de productos distintos de los enunciados en el apartado anterior, así como de productos alimenticios.

3. La autorización para vender productos en los mercados de ocasión quedará sujeta a los mismos requisitos que la autorización para la venta ambulante, indicados en el artículo 21 de esta Ley. Respecto de los lugares en los que podrán instalarse los mercados de ocasión cuando no radiquen en establecimientos permanentes será aplicable la normativa reguladora sobre el ejercicio de determinadas modalidades de venta fuera de un establecimiento comercial permanente.

Artículo 17. Información sobre mercadillos

1. Sin menoscabo de las competencias municipales en materia de mercadillos y mercados de ocasión, para facilitar el cumplimiento de las funciones estadísticas y, en general, para el fomento y una más racional distribución de los mercadillos de productos típicos y artesanales, los Ayuntamientos remitirán a la consejería competente en materia de comercio, con periodicidad anual, relación completa de los mercadillos y mercados de ocasión que se celebren en su término municipal, indicando los lugares en que se instalan, las fechas en que tienen lugar y los productos autorizados para cada uno de ellos.

2. Asimismo, y a efectos informativos, será remitida dicha documentación a las cámaras oficiales de comercio, confederaciones de empresarios y organizaciones de consumidores y usuarios más representativas.

TÍTULO IV. Modalidades específicas de venta

CAPÍTULO I. De las ventas fuera del establecimiento comercial

Artículo 18. Principio general y prohibiciones

1. Toda actividad comercial debe, salvo los supuestos especialmente previstos en esta Ley, desarrollarse en el propio establecimiento permanente del vendedor y por cualesquiera de los métodos de venta admitidos por la práctica comercial.
2. En todo lo no previsto en el presente Título será de aplicación el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre](#), en el caso de contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles.

Artículo 19. Ventas ambulantes o no sedentarias

1. Son ventas ambulantes las realizadas por los comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, en puestos o instalaciones desmontables (transportables o móviles), ubicados en solares y espacios abiertos o en la vía pública, en lugares y fechas variables. Dichos puestos o instalaciones no podrán situarse en los accesos a lugares comerciales o industriales, ni a sus escaparates o exposiciones, ni a edificios de uso público.
2. Los ayuntamientos podrán autorizar la venta no sedentaria en los respectivos municipios en perímetros y en lugares determinados previamente, y establecer asimismo el número total de lugares permitidos, así como sus dimensiones.

Las ordenanzas municipales determinarán los criterios que han de regir esta autorización que, en ningún caso, podrán fundamentarse en razones de carácter económico, y deberán orientarse a la protección del medio ambiente, del entorno urbano y de los intereses de los consumidores, así como la potenciación de lo autóctono o local.

Las autorizaciones, para el régimen general, tendrán una duración de ocho años. Deberán permitir, en todo caso, la amortización de las inversiones efectuadas, y una remuneración equitativa de los capitales desembolsados, y serán prorrogables mediante acto expreso, por otros ocho años, siempre que se cumplan los criterios que establezcan, además de la normativa estatal y autonómica, las ordenanzas municipales dictadas en cumplimiento de esta Ley, en su caso.

3. 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.

4. Los Ayuntamientos, de acuerdo con lo dispuesto en el apartado 2 de este artículo, fijarán el número de licencias de vendedores no sedentarios disponibles para cada una de las modalidades establecidas en el artículo 20 de esta Ley, y determinarán los días y horario correspondientes para el ejercicio de la actividad.

En el caso de autorización de nuevos mercados periódicos, únicamente se permitirá que tengan lugar durante un día a la semana. No obstante, en poblaciones infradotadas de equipamientos comerciales, los nuevos mercados periódicos que se autoricen en adelante podrán tener lugar, como máximo, durante dos días a la semana, uno de los cuales podrá ser festivo, previo acuerdo del Pleno del correspondiente Ayuntamiento

Artículo 20. Modalidades de venta no sedentaria

1. A efectos de esta Ley, se entiende por:

- a) Venta no sedentaria en mercados fijos: aquella que se autoriza en lugares determinados, anejos a los mercados que tienen sede permanente en las poblaciones.
- b) Venta no sedentaria en mercados periódicos: aquella que se autoriza en los mercados que se celebran en las poblaciones, en lugares establecidos, con una periodicidad habitual y determinada.
- c) Venta no sedentaria en mercados ocasionales: aquella que se autoriza en mercados esporádicos que tienen lugar con motivo de fiestas o acontecimientos populares.
- d) Venta no sedentaria de productos de naturaleza estacional en lugares instalados en la vía pública: aquella que, con criterios restrictivos y excepcionales, puede autorizarse una vez fijados el número de puestos y su emplazamiento o las zonas determinadas donde deba realizarse.
- e) Venta no sedentaria mediante vehículos-tiendas:
 - 1. Se considera venta itinerante en vehículos-tiendas la realizada de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, por personas autorizadas, en vehículos-tiendas en las poblaciones.
 - 2. Quienes practican esta venta ambulante deben cumplir las condiciones que establecen los artículos 6 y 7 de la presente Ley.
 - 3. Además, cumplirán las fechas, el calendario y los itinerarios aprobados previamente por los ayuntamientos
 - 4. En sus vehículos y en lugar visible, se informará a los consumidores de la dirección donde se atenderán, en su caso, sus reclamaciones. Dicha dirección figurará, de todos modos, en la factura o en el comprobante de la venta.

Artículo 21. Requisitos para la venta no sedentaria

Para el ejercicio de la venta no sedentaria los comerciantes deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a) Estar dados de alta en el epígrafe o epígrafes correspondientes al Impuesto de Actividades Económicas y al corriente del pago.
- b) Estar dados de alta en el régimen de la seguridad social que les corresponda.
- c) Cumplir todos los requisitos que establezcan las reglamentaciones específicas aplicables a los productos que tengan en venta.
- d) Cuando se trate de comerciantes extranjeros no comunitarios, acreditar que están, además, en posesión de los permisos de residencia y de trabajo por cuenta propia, en su caso, así como acreditar el cumplimiento de lo establecido en la normativa específica vigente.
- e) Disponer de la autorización municipal para el ejercicio de la venta no sedentaria en el lugar preciso. Esta autorización deberá exhibirse de modo visible y permanente en los puestos de venta.
- f) Satisfacer los tributos que las ordenanzas municipales establecen para este tipo de ventas.

Artículo 22. Ventas domiciliarias

- 1. Se consideran ventas domiciliarias aquellas formas de distribución comercial ejercida por comerciantes debidamente identificados, en las que éstos toman la iniciativa de venta, proponiéndose o concluyéndose los

contratos con el comprador en su domicilio particular o lugar de trabajo, en el que se personan el vendedor, sus empleados o sus representantes.

2. Se asimilarán a las ventas a domicilio y quedan sometidas a su mismo régimen:

a) Las denominadas «ventas en reuniones», en las que la oferta de las mercancías o los servicios se efectúa mediante demostración practicada ante un grupo de personas, en reunión ocasionalmente organizada por una de ellas en su propio domicilio o a petición del vendedor.

b) Las realizadas durante una excursión organizada por el comerciante.

3. No se consideran comprendidos en dicho concepto los repartos a domicilio de mercancías adquiridas en establecimientos permanentes ni las entregas a domicilio de mercancías basadas en la existencia de un contrato de suministro entre el cliente y quien realiza el reparto o su principal.

4. En ningún caso podrán venderse a domicilio bebidas, productos alimenticios ni aquellos otros que, por su forma de presentación o por otras circunstancias, no cumplan las normas técnico-sanitarias que regulan su venta.

5. El vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que le asiste de disponer de un período de reflexión, no inferior a siete días, durante el cual puede decidir la devolución del producto de que se trate y recibir las cantidades que haya entregado, de conformidad con lo establecido en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre](#), en el caso de contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles.

Artículo 23. Ventas a distancia

A los efectos de esta Ley, se consideran ventas a distancia aquellas en las que el vendedor formula mediante cualquier medio de comunicación (postal, telegráfica, telefónica, vía télex, vía fax, por televisión, por videotexto, por ordenador o por cualquier otro medio que se desarrolle en el futuro de similares características) ofertas de sus productos o servicios, solicitando que los destinatarios hagan sus pedidos mediante el mismo u otro medio de comunicación.

Artículo 24. Requisitos informativos de las ventas a distancia

1. Todas las ofertas de venta a distancia contendrán, de forma clara e inequívoca, los siguientes datos informativos:

a) La identidad del oferente.

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

c) El precio total a satisfacer, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9 de la presente Ley, separando el importe de los gastos de envío, si 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) El período de reflexión durante el cual el consumidor puede devolver el producto y recibir la cantidad satisfecha que no podrá ser inferior a treinta días.

f) El sistema de devolución, en su caso, con la información de que los gastos correspondientes van a cargo del comerciante en caso de disconformidad con el envío, antes de transcurrir el período de reflexión.

2. Requisitos especiales para el ejercicio de la venta a distancia:

A) Los requisitos que deberán reunir las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la actividad de la venta a distancia, al margen de las previstas por esta Ley en los artículos 6 y 7, serán los siguientes:

a) Cumplir los requisitos previstos en la normativa específica reguladora de los productos objeto de esta venta.

b) Llevar y tener a disposición de las autoridades competentes una relación autorizada de los productos que se comercializan, de sus ofertas, de los centros de distribución y de los domicilios sociales, y de la recepción de pedidos y solicitudes de información.

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

B) Está prohibido, en cualquier caso, el envío de mercancías o servicios no solicitados previamente por los consumidores o usuarios, especialmente los que se realicen bajo la advertencia de que la falta de respuesta del receptor da lugar a la presunción de la aceptación. La prohibición es efectiva aunque se fije un plazo de reflexión para realizar la prueba o ensayo del producto o envío.

C) No pueden efectuarse envíos de ofertas si el sistema utilizado conlleva cualquier gasto para el destinatario, salvo que exista la solicitud previa de la oferta por parte de éste.

3. Lo dispuesto en este artículo será aplicable a las ventas a distancia cuando el establecimiento oferente esté ubicado en Canarias y la oferta se proyecte en exclusiva al territorio de esta Comunidad Autónoma.

Artículo 25. Ventas automáticas

1. Es venta automática, a los efectos de esta Ley, aquella en la cual el comprador adquiere la mercancía o el servicio de que se trate directamente de una máquina preparada a tal efecto y mediante la introducción en la misma del importe requerido, sin que en toda la operación exista intervención alguna del vendedor o de sus empleados.

2. No privará a una venta de su condición de automática el hecho de que la máquina vendedora se encuentre instalada en el mismo establecimiento del vendedor.

Artículo 26. Requisitos informativos de la venta automática

Las máquinas destinadas a este tipo de ventas deberán reunir, para garantizar la protección de los consumidores, los siguientes requisitos, sin perjuicio de los que adicionalmente se establezcan reglamentariamente:

a) Haber sido homologadas por la autoridad administrativa competente.

b) Contener un sistema, también automático, de recuperación de monedas y billetes para los supuestos de error, inexistencia de mercancías o mal funcionamiento de la máquina.

c) Llevar claramente expuesto el nombre o razón social y el domicilio del empresario a quien pertenecen, así como un número de teléfono insular en el que están instaladas al que, dentro de los horarios de apertura de los establecimientos comerciales, se puedan cursar avisos en los supuestos de avería, así como la indicación del lugar donde serán atendidas las posibles reclamaciones.

d) Llevar claramente expuesto el precio exacto del producto o servicio que vendan, así como los tipos de monedas que admiten para la obtención de aquéllos, indicando claramente si incluye o no devolución de cambio.

e) En el caso de productos alimentarios, únicamente están autorizados para su venta automática los que estén

envasados, los cuales llevarán la identificación que esté prescrita por la normativa vigente en materia de etiquetaje y de comercialización.

f) Los comerciantes que se dediquen a la actividad de la venta automática cumplirán los requisitos que establece la presente Ley en los artículos 6 y 7.

CAPÍTULO II. De las ventas promocionales

Artículo 27. Definición general

Son ventas promocionales aquellas en las que las ofertas de productos o de prestación de servicios hechas por el vendedor a los compradores se realizan en condiciones más ventajosas que las habituales.

Artículo 28. Ventas a pérdida

1. Se considerará venta a pérdida aquella actividad comercial que se realiza cuando el precio de venta practicado por el comerciante de cualquier producto es inferior a su precio de compra. La venta a pérdida sólo se podrá efectuar en la venta en rebajas, la venta en liquidación, la venta de saldo y cuando se trate de productos perecederos en el momento en que se encuentre amenazado de rápidas alteraciones.

2. No obstante, se reputará desleal la venta a pérdida en la que concurra alguna de las circunstancias previstas en el [artículo 17.2](#) de la [Ley 3/1991, de 10 de enero](#), de Competencia Desleal.

3. A efectos de lo dispuesto en el apartado 1 de este artículo, se entiende por precio de compra para el comerciante el que resulta de deducir del precio unitario de factura todas las bonificaciones, de cualquier tipo, hechas por el suministrador y añadir los impuestos directos sobre el producto y los portes a su cargo, siempre que todas estas cantidades figuren en la factura o se justifiquen documentalmente.

4. Con objeto de delimitar la venta a pérdida conforme a lo dispuesto en el apartado 1 de este artículo, no podrán deducirse las retribuciones y bonificaciones que compensen servicios prestados al margen de la contraprestación correspondiente a la entrega de la mercancía, como la remuneración de la actividad de promoción realizada por los concesionarios, distribuidores, vendedores con franquicia y otros exclusivistas.

5. Si el que vende al consumidor es el mismo fabricante, o si se trata de evaluar la prestación de un servicio complementario de la reventa, el precio equivalente a la compra será el costo de fabricación o de prestación del servicio.

Artículo 29. Ventas con prima

1. A los efectos de la presente Ley, se consideran ventas con prima aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados productos o servicios.

2. Durante el período de duración de la oferta con prima, queda prohibido modificar el precio o la calidad del producto principal al que aquélla acompaña.

3. Las ventas con prima se ajustarán, en cuanto a los casos en que proceden, sus formas, duración, efectos y garantías, a lo dispuesto en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre](#), y en las

normas que la complementan y desarrollan.

4. En todo momento, las Administraciones Públicas podrán dirigirse a los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta en cualesquiera de sus variantes, de oficio o a petición de los comerciantes competidores, cámaras oficiales de comercio o asociaciones de empresarios, de los compradores o asociaciones de consumidores, para exigirles la información necesaria para comprobar la veracidad de la oferta, su duración, la suficiencia de la información facilitada sobre la misma, el mantenimiento del precio y de la calidad del producto o servicio ofertado y cualquier otro dato relevante para poder apreciar el cumplimiento de lo dispuesto en la ley.

5. Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltura del producto de que se trate o, en su defecto, estar debidamente registradas ante notario, siendo obligatoria la difusión en los medios de comunicación de los ganadores de los premios vinculados a la oferta.

6. Oferta de premios o regalos mediante sorteo: cuando un comerciante comunica a cualquier consumidor que ha sido favorecido por sorteo con un premio o bien con la entrega de un obsequio, no puede condicionar directa o indirectamente la entrega de los citados premios u objetos a la compra de productos o servicios. Todos los sorteos destinados a premiar la participación voluntaria o involuntaria de consumidores deben estar autorizados por la autoridad competente.

Artículo 30. Ventas en rebajas

1. A los efectos de esta Ley, se consideran ventas en rebaja las efectuadas por los comerciantes en determinadas épocas del año, generalmente en los cambios de estación y fin de temporada, con reducción de sus márgenes comerciales.

2. En las ventas en rebajas, las reducciones de los precios deberán consignarse exhibiendo, junto al precio habitual practicado por el mismo vendedor, el precio rebajado. En todo momento la consejería competente en materia de comercio podrá exigir, de oficio o a petición del comprador, de un comerciante competidor, de una asociación de consumidores o de una asociación de empresarios, la prueba de haberse aplicado los precios indicados como habituales.

3. En las ventas en rebajas, los comerciantes están obligados a aceptar los mismos medios de pago que admiten habitualmente.

4. Cuando se anuncia la venta a precios rebajados de cualquier producto por tiempo limitado, se dispondrá de un stock suficiente de productos idénticos para ofrecer al público en las mismas condiciones prometidas en la venta de que se trate.

5. El stock estará en relación con la duración de la venta anunciada y la importancia de la publicidad. En el caso de la venta en establecimientos abiertos al público, la venta no se realizará en un periodo inferior a una jornada completa de horario comercial.

Artículo 31. Limitación de las ventas con rebaja

Queda prohibida la venta con rebajas de los productos mencionados en el artículo 35, así como de productos adquiridos expresamente para este fin. En cualquier caso, las mercancías que se vendan a precio rebajado deberán haber estado a la venta con anterioridad al inicio de las rebajas.

Artículo 32. Publicidad de ventas con rebaja

En la publicidad de las ventas con rebajas, salvo la que se haga en los escaparates, se hará constar la fecha de iniciación y finalización de las mismas y una referencia concreta a la oferta que se realiza.

Artículo 33. Ventas en liquidación

Son ventas en liquidación y, en consecuencia, sólo podrán anunciarse como tales, las que se produzcan como consecuencia de las siguientes circunstancias:

- a) El cese total o parcial de la actividad comercial.
- b) El cambio de la orientación, actividad o estructura del negocio, cuando aquél obligue al cierre por un plazo superior a un mes.
- c) La transformación de la empresa o del establecimiento comercial.
- d) La venta de existencias del establecimiento de un comerciante fallecido realizada por sus herederos o responsables del negocio, o de un establecimiento traspasado, realizada tanto por el transmitente, como por el adquirente.
- e) En caso de siniestro que haya causado daño a la totalidad o a una parte importante de las existencias, o de fuerza mayor que impida el ejercicio normal de la actividad comercial.
- f) La ejecución de resolución judicial, arbitral o administrativa.

Artículo 34. Requisitos en las ventas en liquidación

Para que pueda tener lugar una venta en liquidación será preciso que, con treinta días de antelación, se comunique dicha decisión a la consejería competente en materia de comercio, precisando la causa de la misma.

Artículo 35. Ventas de saldo

- 1. Son ventas de saldos aquellas que tienen por objeto exclusivamente algunos de los productos siguientes:
 - a) Productos que hayan sufrido una importante pérdida en su valor comercial debido a su obsolescencia o a la reducción objetiva de sus posibilidades de utilización.
 - b) Productos defectuosos, deteriorados o desparejados.
- 2. En todo caso, los productos objeto de esta modalidad de venta no deberán comportar riesgo ni engaño para el adquirente, estando el comerciante obligado a advertir al comprador las circunstancias concretas que concurren en los mismos.
- 3. La venta de saldos no podrá prolongarse una vez agotado el stock, debiendo cesar inmediatamente la publicidad al respecto.

Artículo 36. Diferenciación de mercancías en ventas de saldo

- 1. La venta de saldos únicamente podrá practicarse en establecimientos comerciales de un modo claramente diferenciado del resto de productos, o bien en establecimientos comerciales o puestos de venta no sedentaria

dedicados exclusivamente a esta finalidad.

2. El comerciante dedicado con carácter habitual a la venta de saldos podrá, al mismo tiempo, compatibilizar dicha venta con actividad comercial distinta respecto a otras mercancías, debidamente separadas de las dedicadas a saldos.

Artículo 37. Requisitos de comerciantes dedicados a ventas de saldos

1. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, los comerciantes que se dediquen a ventas de saldos deberán cumplir los requisitos expresados en los artículos 6 y 7 de esta Ley.

2. Los comerciantes que deseen dedicarse exclusivamente a la venta de artículos de saldo deberán, además, cumplir las siguientes condiciones:

a) Rotular de manera clara el establecimiento o puesto de venta en que vayan a efectuar la oferta de ventas en saldo con el indicativo «venta de saldos» exclusivamente.

b) Comunicar a la consejería competente en materia de comercio el tipo de artículos a ofertar y los lugares en que vaya a realizarse la oferta.

Transcurrido un mes desde la comunicación referida y si no hubiera respuesta motivada en contra, podrá efectuarse la oferta de venta de saldos.

Artículo 38. Ventas con descuento

1. Son ventas con descuento aquellas en las que los productos o mercancías de que se trate se ofrecen al público con un determinado descuento, expresado en un tanto por ciento, con relación a los precios habitualmente practicados por el comerciante.

2. Las ventas con descuento sólo podrán efectuarse cumpliendo con los siguientes requisitos:

a) Los productos o artículos ofrecidos no deberán estar afectados por causa alguna que reduzca su valor.

b) La reducción del precio habitual de venta no constituirá, en ningún caso, venta a pérdida conforme a lo regulado en el artículo 28 de esta Ley.

c) El comerciante que hace una oferta de venta con descuento para un determinado período deberá contar con existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible.

d) La oferta de descuento de un determinado producto deberá mantenerse un mínimo de veinticuatro horas.

e) La aplicación del descuento no se traducirá en ningún caso en un trato injustificadamente discriminatorio hacia los diferentes compradores cuando cumplan las condiciones previstas en relación con los descuentos citados.

f) Los artículos iguales no podrán sufrir incremento de precio de venta al público, en razón del número de unidades adquiridas.

3. En todo momento, las Administraciones Públicas podrán dirigirse a los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta, de oficio o a petición de los comerciantes competidores, de las cámaras oficiales de comercio o asociaciones empresariales, de los compradores o de las asociaciones de consumidores, para exigirles la información necesaria para comprobar la veracidad de la oferta, su duración, la suficiencia de la información facilitada sobre la misma, el mantenimiento del precio y de la calidad del producto o servicio ofertado, y cualquier otro dato relevante para poder apreciar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley.

CAPÍTULO III. De las ventas no autorizadas

Artículo 39. Ventas en cadena o pirámide

1. Queda prohibida la venta en cadena o pirámide.
2. Se considera venta en cadena o pirámide cualquier tipo de venta que consista en ofrecer a los consumidores productos o servicios a precios reducidos e, incluso, gratuito, condicionando las ventajas prometidas a que el consumidor a quien se dirige la oferta consiga, directa o indirectamente, otros clientes o un determinado volumen de ventas.

TÍTULO V. De las actividades sujetas a autorización mediante licencia comercial

CAPÍTULO I. Disposiciones comunes

Artículo 40. Establecimientos sometidos a la licencia comercial

1. Están sujetos a licencia comercial, en consideración a su superficie útil de exposición y venta, los grandes establecimientos comerciales y los centros comerciales en los que se ejerza actividad comercial minorista, en los siguientes supuestos:

- a) La instalación y apertura.
- b) Las ampliaciones de la superficie útil de exposición y venta de los establecimientos y centros comerciales que superen las dimensiones establecidas en los artículos 41.1, 41.2 y 42.3 de esta Ley.
- c) Los traslados.
- d) El cambio de actividad.

2. Se entiende por superficie útil de exposición y venta la de aquellos lugares en que se vendan mercancías o se expongan para su venta, incluyendo los escaparates internos, los mostradores y trasmisores, los espacios destinados al tráfico de personas, la zona de cajas y la comprendida entre éstas y la salida.

Artículo 41. De los grandes establecimientos comerciales

1. A efectos de la presente Ley, tendrán la consideración de grandes establecimientos comerciales, y precisarán licencia comercial para el desarrollo de la actividad, aquéllos destinados al comercio al por menor cuya superficie útil de exposición y venta sea igual o superior a 2.500 metros cuadrados en las islas de Gran Canaria y Tenerife, 1.650 metros cuadrados en la isla de Lanzarote, 1.250 metros cuadrados en la isla de Fuerteventura, 1.000 metros cuadrados en la isla de La Palma y 500 metros cuadrados en las islas de La Gomera y El Hierro.

2. Por razones imperiosas de interés general y para la protección de los consumidores precisarán licencia comercial para el desarrollo de la actividad conforme al presente apartado, aquellos establecimientos con superficie en cada isla inferiores a las establecidas en el apartado anterior cuya apertura o ampliación determinen o contribuyan a la superación, de manera discontinua, por la empresa o grupo de empresas a que pertenezcan, de las siguientes superficies útiles de exposición y venta por islas:

Tenerife y Gran Canaria: 5.000 metros cuadrados.

Lanzarote: 3.300 metros cuadrados.

Fuerteventura: 2.500 metros cuadrados.

La Palma: 2.000 metros cuadrados.

La Gomera y El Hierro: 1.000 metros cuadrados.

A estos efectos, se considera grupo de empresas las así definidas en el [artículo 42 del Código de Comercio](#) y, como garantía de la defensa de los derechos del consumidor, el otorgamiento de la licencia quedará condicionado a la elaboración de un informe previo por el órgano autonómico que tenga atribuida la potestad en temas de la competencia, a ese respecto.

Artículo 42. Centros comerciales

1. A los efectos de esta Ley, tendrán la consideración de centros comerciales la unidad comercial constituida por el conjunto de establecimientos comerciales situados en un mismo recinto, vinculados entre sí por una planificación, gestión, promoción y administración común en los que se ejerzan las actividades de forma empresarial independiente y, en los que puedan existir, en su caso, como uso complementario establecimientos dedicados a actividades de ocio, restauración u otras.

2. Se consideran también centros comerciales, los parques comerciales, integrados por un conjunto de edificaciones de uso comercial, ubicados en una misma área común urbanizada.

3. Están sujetos a la necesaria obtención de licencia comercial para el desarrollo de la actividad que regula la presente norma, los centros comerciales en los que la superficie útil de venta de los establecimientos comerciales integrados en ellos supere los 9.000 metros cuadrados en las islas de Gran Canaria y Tenerife, 6.000 metros cuadrados en las islas de Fuerteventura, Lanzarote y La Palma y 3.000 metros cuadrados en las islas de La Gomera y El Hierro.

CAPÍTULO II. De la licencia comercial

Artículo 43. Criterios y requisitos para la concesión de licencia comercial

1. La resolución de otorgamiento de la licencia comercial deberá estar condicionada al cumplimiento por el solicitante de las determinaciones del Plan Territorial Especial de Grandes Equipamientos Comerciales o el planeamiento territorial aplicable, en su caso, de la isla en que pretenda implantarse el gran establecimiento comercial o el centro comercial.

2. El consejero o consejera competente en materia de comercio concederá o denegará motivada y razonadamente las solicitudes de licencia comercial con el objetivo básico de garantizar la protección del consumidor y una correcta distribución territorial de los establecimientos comerciales en Canarias.

3. Dicha resolución deberá tener en cuenta los siguientes criterios atendiendo al principio de imperioso interés general:

1º) La contribución del proyecto al equilibrio interterritorial y medioambiental.

2º) El impacto sobre el territorio, teniendo en cuenta la incidencia de la red viaria, la accesibilidad con el establecimiento comercial, así como la dotación en la zona de estacionamientos u otros servicios.

3º) Las medidas previstas por el promotor, encaminadas a mejorar el acceso al establecimiento comercial, que posibiliten su articulación con el transporte público y contribuya a la movilidad en la zona.

4º) La previsión de soluciones de conexión y acceso, incluyendo los compromisos a asumir por los promotores en orden a ejecutar las infraestructuras de conexión, acceso y estacionamientos a su costa, así como terminarlas antes de la puesta en funcionamiento del centro.

5º) Las medidas previstas por el promotor encaminadas a la sostenibilidad ambiental, las relacionadas con la gestión de residuos, calidad acústica, la utilización de fuentes de energías renovables para el abastecimiento y el consumo energético, así como el uso racional de la energía.

6º) La generación o mejora de redes de distribución y logística propias que redunden en mejora del medio ambiente.

7º) La inclusión en el proyecto de compromisos firmes a favor de los derechos de los consumidores y usuarios, tales como la adhesión al sistema arbitral de consumo.

8º) La incorporación al proyecto de nuevas tecnologías de la información, de tal manera que permita mejorar la información a los consumidores.

TÍTULO VI. Del procedimiento y efectos de la concesión de la licencia comercial

CAPÍTULO I. Del procedimiento de concesión de la licencia comercial

Sección 1. Principios generales del procedimiento

Artículo 44. Principios generales

El procedimiento de concesión de la licencia comercial se inspira en lo previsto en los [artículos 5 y siguientes](#) de la [Directiva 2006/123/CE](#), configurándose como un procedimiento que se instruye y resuelve por la consejería competente en materia de comercio del Gobierno de Canarias. Por todo ello se procederá a:

a) Simplificar los procedimientos y trámites aplicables al acceso a una actividad comercial y a su ejercicio, creando una ventanilla única para la presentación de escritos y documentación y unificando procedimientos y trámites necesarios para acceder a la autorización.

b) Garantizar el derecho de información sobre los requisitos aplicables a los promotores del comercio, en especial los relativos a los procedimientos y trámites necesarios para acceder a las actividades y ejercerlas, así como a los registros y bases de datos públicos relativos a los prestadores y a los servicios.

c) Determinar claramente en las autorizaciones las vías de recurso disponibles en caso de litigio.

d) Facilitar, en la medida de lo posible, la tramitación electrónica de los procedimientos administrativos.

Sección 2. Fases del procedimiento

Artículo 45. Incoación

1. El procedimiento para conceder la licencia comercial se iniciará a solicitud de la persona física o jurídica que vaya a ejercer la actividad comercial en el establecimiento de que se trate o del promotor en el caso de los centros comerciales, que deberá acreditar su personalidad y representación, debiendo acompañarse la documentación que se relaciona a continuación, de la que se aportarán tantas copias en soporte de papel o digital, a elección del solicitante, como organismos o entidades participen en el proceso de concesión de la misma, sin perjuicio del derecho de los interesados a no aportar datos y documentos que obren en poder de las administraciones públicas en virtud del [artículo 6.2, letra b](#)), de la [Ley 11/2007, de 22 de junio](#), de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos:

a) Descripción del establecimiento sujeto a la autorización mediante un proyecto técnico firmado por profesional competente, visado por el colegio profesional correspondiente, cuya documentación se determinará reglamentariamente. En todo caso ha de constar la superficie construida total, la superficie útil y la superficie de exposición y venta, así como la destinada a los diferentes usos mediante memoria y planos, además del contenido exigido por la normativa urbanística general y la específica de la entidad local donde se pretenda implantar y del visado colegial, además de:

- Plano de localización geográfica en el término municipal en el que se sitúe el establecimiento sujeto a licencia, su distancia al centro urbano y viarios principales de acceso desde el propio municipio y los de su entorno.

- Calendario previsto para la realización del proyecto.

- Número de plazas destinadas a estacionamiento público.

b) Presupuesto de la inversión total a realizar y de la existencia o no de ayudas públicas en la financiación.

c) Cuando el proyecto conlleve un traslado o una modificación de los límites de un espacio ya existente destinado a superficie de venta, se aportarán, además, los planos que describan las superficies anteriormente mencionadas del último proyecto de ejecución por el que se obtuvo licencia urbanística de obras, así como copia de todas las autorizaciones que ampararon dicho proyecto.

d) La documentación acreditativa que permita valorar el cumplimiento de los criterios del artículo 43.

e) Memoria descriptiva del empleo que se prevé generar, con indicación de la plantilla total del establecimiento y modalidades de contratación. Además, en los casos de ampliación o traslado se especificará cualquier incidencia que sobre el empleo existente produzca el nuevo proyecto presentado.

f) Acreditación, por cualquier medio admitido en Derecho, de la disponibilidad de los terrenos o de la edificación sobre la que se pretende ejercer la autorización solicitada.

g) Copia de los posibles convenios o acuerdos alcanzados con las administraciones públicas que tengan relación con el establecimiento sujeto a autorización.

h) Estudio de impacto ambiental cuando fuera obligatorio.

2. En el supuesto de que en el establecimiento se vaya a realizar alguna actividad clasificada y el interesado opte por la tramitación simultánea prevista en la ley que regula la materia, aportará además la documentación contenida en el [artículo 17 de la Ley 7/2011, de 5 de abril](#), de actividades clasificadas y espectáculos públicos y otras medidas administrativas complementarias, o norma que la sustituya.

3. La solicitud será inadmitida, previa audiencia a los solicitantes, cuando sea manifiestamente contraria a la legislación y ordenación territorial vigentes.

Artículo 46. Instrucción

1. Iniciado el procedimiento, y previos el correspondiente acuse de recibo y, en su caso, la subsanación o mejora de la solicitud, se observarán, como mínimo, los siguientes trámites:

a) Se abrirá de oficio un período de información pública general durante el plazo de veinte días mediante

anuncios insertados de oficio en el Boletín Oficial de Canarias, en el tablón de edictos del ayuntamiento en cuyo término municipal se pretenda la implantación y en un diario de los de máxima difusión provincial.

b) El órgano competente para tramitar el procedimiento remitirá la documentación al ayuntamiento en cuyo ámbito territorial se pretenda emplazar el establecimiento, el cual, si así lo solicitare expresamente el interesado, en el momento de la solicitud de licencia comercial, iniciará la tramitación del procedimiento dirigido al otorgamiento de la licencia municipal urbanística de obras y, en su caso, de actividades clasificadas, de conformidad con la normativa sectorial de aplicación. Asimismo, en el mismo trámite, la Administración autonómica recabará el informe municipal, que deberá contener pronunciamiento expreso sobre la adecuación del establecimiento comercial proyectado al planeamiento urbanístico municipal vigente.

En particular, el antedicho informe deberá pronunciarse sobre la incidencia del proyecto, desde el punto de vista urbanístico en todos sus aspectos, incluidos los medioambientales, atendiendo a las determinaciones del planeamiento municipal, a la saturación del sistema viario municipal, incremento de los desplazamientos, la accesibilidad de los estacionamientos y la adecuación de las infraestructuras de abastecimiento y saneamiento de aguas, así como de iluminación, con especial referencia, en este último apartado, a la especial protección que otorga la legislación estatal en materia de contaminación lumínica.

Con el objeto de simplificación procedural, la información pública y notificación vecinal contenida en la [Ley 7/2011, de 5 de abril](#), queda sustituida en el caso de establecimientos sometidos a la presente Ley por la exigida en el apartado 1.a) del presente artículo. A tal fin, el órgano competente para instruir el procedimiento para la concesión de la licencia comercial remitirá al ayuntamiento interesado el resultado de la información pública realizada.

c) Una vez recabado el informe del ayuntamiento, se procederá a solicitar simultáneamente los informes siguientes:

1) Informe del cabildo insular respectivo, con remisión de la documentación precisa, que deberá pronunciarse expresamente sobre la adecuación del proyecto a las determinaciones del Plan Insular de Ordenación y de otros instrumentos de ordenación territorial o de los recursos naturales, que lo desarrolle, su idoneidad en el caso de proyectarse en terreno colindante a vías de titularidad insular. Así como, en el supuesto previsto en el artículo 45.2, el contenido previsto en materia de actividades clasificadas.

2) Informe de la consejería competente en materia de empleo sobre la incidencia del proyecto en el incremento de la calidad del empleo, iniciativas sociales o su influencia en la incorporación al mercado laboral de colectivos de difícil inserción.

3) Los informes a emitir por los departamentos competentes de la Administración autonómica que, en su caso, pueda solicitar facultativamente la consejería encargada de tramitar el procedimiento, en relación con los criterios del artículo 43.

2. Los anteriores informes de las entidades locales deberán emitirse en el plazo máximo de un mes, desde que tenga entrada en la respectiva entidad local su solicitud, y tendrá carácter vinculante si fuera desfavorable. Transcurrido el citado plazo sin que el mismo fuese remitido, se entenderá que la entidad local respectiva no se opone a la concesión de la licencia comercial.

Si los informes del ayuntamiento o del cabildo insular exigieran la subsanación de algún extremo en el proyecto presentado, se dará traslado al interesado, con comunicación al órgano instructor, por la Administración informante, al objeto de que proceda en tal sentido, suspendiéndose el plazo establecido para la emisión del informe.

3. El plazo para emitir los informes de las consejerías será de un mes desde que reciban la solicitud para su emisión. Transcurrido el citado plazo sin que el mismo fuese remitido, se entenderá que su sentido es positivo.

4. Emitidos los anteriores informes o transcurrido el plazo para ello, se emitirá propuesta de resolución, previo trámite de audiencia, por el órgano competente para la tramitación de este procedimiento.

5. Durante el tiempo que transcurra desde la fecha en que tenga entrada en el registro del órgano competente la solicitud de emisión de informe hasta su recepción o transcurso del plazo para ello, podrá suspenderse el plazo

máximo para la resolución del procedimiento al tratarse de informes preceptivos y determinantes para el contenido de la resolución, comunicando dicha suspensión al interesado.

6. En los procedimientos que se tramiten para la concesión de licencia comercial a los establecimientos comerciales regulados en el artículo 41.2, no serán precisos los trámites de información pública, ni de informe previo del cabildo insular cuando la superficie del nuevo establecimiento no sea superior a la prevista en el artículo 41.1 de la presente Ley.

Artículo 47. Simplificación administrativa

1. Toda la información comprensiva del presente procedimiento, así como los documentos normalizados a tal fin, deberán estar disponibles a través de herramientas de información en línea, garantizando, de este modo, que los ciudadanos puedan acceder a la misma en un lenguaje sencillo e inequívoco, coherente, comprensible y estructurado. En particular, los ciudadanos podrán obtener la información sobre trámites necesarios en el procedimiento, datos de las autoridades competentes, así como de las asociaciones y organizaciones profesionales relacionadas con las mismas y los medios y condiciones de acceso a los registros y bases de datos públicos así como las vías de recurso en caso de litigio.

2. Asimismo, en cumplimiento de la efectiva coordinación y simultaneidad en la gestión del conocimiento, se establecerá un sistema de información en línea que permita conocer, en cualquier momento, a las distintas administraciones intervenientes el estado de tramitación del procedimiento así como, en su caso, el inicio de las facultades de revocación o declaración de caducidad. Dicha herramienta será accesible a los ciudadanos con garantía y respeto a la protección de datos de carácter personal.

Artículo 48. Resolución del procedimiento

1. El plazo máximo para la resolución del procedimiento de concesión de la licencia comercial será de seis meses, contados desde el día en que haya tenido entrada en el registro del órgano competente para su tramitación. Transcurrido dicho plazo sin que se haya dictado y notificado la resolución expresa, el solicitante podrá entender estimada su solicitud por silencio positivo.

No obstante, en los procedimientos que se tramiten para la concesión de la licencia comercial a establecimientos comerciales de los regulados en el artículo 41.2, el plazo máximo para la resolución del procedimiento será de cuatro meses.

2. Excepcionalmente, podrá acordarse la ampliación, por una sola vez, del plazo máximo para la resolución y notificación, mediante motivación clara de las circunstancias concurrentes. Dicha ampliación no podrá exceder del tiempo previsto para la tramitación del procedimiento.

3. La resolución que se dicte deberá ser motivada, y, en caso de concesión, quedará sometida al cumplimiento de las condiciones que expresamente se establezcan en la misma, que, en todo caso, contendrá los condicionantes o las medidas correctoras exigidas en los informes sectoriales emitidos. Expresamente, se contendrá el sometimiento a las condiciones por las que la implantación del equipamiento comercial vaya acompañada de actuaciones de urbanismo comercial y proyectos que mejoren las infraestructuras de equipamiento municipal en los principales ejes comerciales del municipio, los cuales tendrán que ser financiados por el operador comercial que explote el equipamiento comercial.

4. En caso de que alguno de los informes emitidos, considerados vinculantes, fuese de carácter desfavorable, se emitirá resolución desestimatoria de la solicitud sin que sea preciso el cumplimiento de los demás trámites procedimentales del artículo 46, a excepción del preceptivo trámite de audiencia.

5. No podrá ser otorgada ninguna licencia municipal mientras no haya sido concedida la licencia comercial para el desarrollo de la actividad objeto de la presente Ley. En cumplimiento de dicha premisa, en el supuesto de que el

promotor haya optado porque ambas solicitudes sean tramitadas de forma simultánea, de conformidad con el procedimiento contenido en el artículo 46, la concesión de la licencia urbanística así como, en su caso, la de actividades clasificadas, se mantendrán en suspenso una vez tramitadas, hasta tanto recaiga resolución, favorable o no, sobre la licencia comercial para el desarrollo de la actividad objeto de la presente Ley. En este sentido, las resoluciones denegatorias de licencias comerciales impedirán el otorgamiento de las licencias municipales que sean exigibles y deban emitir los ayuntamientos.

6. El titular de la licencia comercial para el desarrollo de la actividad objeto de la presente Ley comunicará la puesta en marcha de la actividad comercial en el plazo máximo de un mes desde que ésta se produzca, mediante una declaración responsable al órgano competente en materia de comercio.

CAPÍTULO II. Efectos de la concesión de la licencia comercial

Artículo 49. Vigencia y caducidad

La licencia comercial para el ejercicio de las actividades comerciales sometidas al ámbito de aplicación de la presente Ley tendrá vigencia indefinida. No obstante, el consejero o consejera competente en materia de comercio podrá declarar de oficio su caducidad por causa imputable al interesado, tras la tramitación del procedimiento correspondiente con audiencia del titular, en los siguientes supuestos:

- a) Cuando en el plazo determinado en la licencia urbanística, desde su concesión para el comienzo de las obras, no hayan iniciado las mismas.
- b) Cuando transcurrido el plazo determinado en la licencia urbanística, desde su concesión o prórroga para la finalización de las obras, no se hayan finalizado éstas.
- c) Cuando, transcurrido el plazo fijado en la resolución de concesión, que no podrá exceder de tres años contados desde la obtención de la licencia comercial, no se haya dado comienzo al ejercicio efectivo de la actividad comercial en los términos previstos en la propia licencia.
- d) Cuando no se haya solicitado la licencia urbanística, en el plazo de tres meses a partir de la obtención de la licencia comercial, cuando sea procedente.

Artículo 50. Revocación

La consejería competente en materia de comercio podrá revocar la licencia comercial para el desarrollo de las actividades comerciales sometidas al ámbito de aplicación de esta Ley, sin que ello comporte indemnización alguna en vía administrativa y previo trámite de audiencia, cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias y sean imputables a su titular:

- a) El incumplimiento grave de las determinaciones establecidas en la propia licencia.
- b) Por la denegación de la licencia de obras o de instalación y apertura, o por la pérdida de validez o eficacia de una u otra, por cualquier causa, mediante acto administrativo firme en vía administrativa o, en su caso, por sentencia judicial firme.
- c) Por incumplimiento grave de los compromisos adicionales a los exigidos legalmente vinculados a la licencia comercial y libremente asumidos por su titular.

Artículo 51. Transmisión de la titularidad del establecimiento sometido a licencia comercial

La transmisión de la titularidad de establecimientos sometidos a licencia comercial exigirá, exclusivamente, comunicación al órgano competente para su concesión, acompañada de acreditación del cumplimiento de las obligaciones exigidas en materia de defensa de la competencia.

Artículo 52. Desistimiento y renuncia

1. Cualquier persona física o jurídica que haya solicitado la licencia comercial para el ejercicio de las actividades objeto de regulación en la presente Ley podrá desistir de su solicitud o renunciar a sus derechos ya adquiridos.

2. El desistimiento y la renuncia podrán ejercitarse en los términos establecidos en la legislación de procedimiento administrativo común.

TÍTULO VII. Relaciones con la administración municipal

Artículo 53. Coordinación con la Administración municipal

1. La Administración municipal informará en el plazo de treinta días a la consejería competente en materia de comercio de la concesión o no de la licencia municipal de obras, en su caso, y de la de instalación y apertura, así como del contenido de los posibles convenios urbanísticos formalizados, otras condiciones establecidas y los plazos de ejecución de las obras e instalaciones.

2. Los municipios darán cuenta al departamento competente en materia de comercio del incumplimiento de los compromisos libremente asumidos por los titulares de las licencias comerciales, para su revocación, si procede, conforme a la presente Ley.

TÍTULO VIII. De la planificación territorial de grandes equipamientos comerciales

Artículo 54. Objeto de los Planes

1. Los Planes Territoriales Especiales de Grandes Equipamientos Comerciales previstos en la Directriz de Ordenación General número 136 de la [Ley 19/2003, de 14 de abril](#), por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias, o el planeamiento territorial aplicable deberán complementar y desarrollar los criterios contenidos en el artículo 43 de esta Ley, pero no podrán contradecirlos.

2. Los Planes deberán ordenar la implantación de grandes establecimientos comerciales y centros comerciales de acuerdo con los siguientes criterios:

- a) Impacto sobre el sistema viario afectado, previsión de conexiones y accesos, así como efectos en la movilidad de personas y de los medios de transporte.
- b) Impacto sobre otras infraestructuras y servicios públicos afectados.
- c) Impactos negativos significativos de la implantación sobre el entorno urbano y el medio natural.
- d) Incidencia en materia de contaminación atmosférica y lumínica de conformidad con la especial protección que

otorga la legislación estatal al cielo del Archipiélago.

3. A los efectos de la planificación territorial comercial, los grandes establecimientos comerciales, en atención a los sectores de la actividad comercial, en su caso, se clasifican en:

- a) Consumo cotidiano, que incluye alimentación, higiene personal y productos de limpieza del hogar.
- b) Equipamiento personal, que incluye vestido, calzado, perfumería, complementos y material deportivo.
- c) Equipamiento para el hogar y electrodomésticos, salvo muebles.
- d) Muebles de todo tipo.
- e) Material de construcción, que incluye saneamiento, ferretería, cristalería, pinturas, jardinería y bricolaje.
- f) Informática y electrónica.
- g) Libros, revistas, periódicos y juguetes.
- h) Otros que participen de dos o más de las actividades anteriores o cualquier otro sector no contemplado.

TÍTULO IX. De la actuación pública sobre la actividad comercial

CAPÍTULO I. Instituciones y medios de fomento de la actividad comercial

Artículo 55. Promoción comercial

El Gobierno de Canarias promoverá la actividad comercial a través de la consejería competente en materia de comercio.

CAPÍTULO II. De la reforma de las estructuras comerciales

Artículo 56. Reforma de estructuras comerciales

El Gobierno de Canarias, por medio de la consejería competente en materia de comercio, desarrollará una política de reforma de las estructuras comerciales encaminada a la modernización y racionalización del sector.

Dicha política tendrá como principales líneas de actuación las siguientes:

- a) Proporcionar una formación y actualización continuada a los comerciantes para lograr una mayor productividad y eficacia en su gestión.
- b) Apoyar técnica y financieramente los proyectos de reforma, modernización y reconversión de las estructuras comerciales existentes, así como de los proyectos de reagrupación de las pequeñas y medianas empresas.
- c) Ayudar a las pequeñas y medianas empresas del comercio instaladas en Canarias, potenciando su capacidad financiera.
- d) La recuperación, mantenimiento y promoción de los tradicionales centros comerciales.

CAPÍTULO III. De las ferias

Sección 1. Definición

Artículo 57. Definición

Se consideran actividades feriales, a efectos del presente capítulo, las manifestaciones comerciales con una duración limitada en el tiempo que tienen por objeto la exposición de bienes o la oferta de servicios por una pluralidad de expositores, para favorecer su conocimiento y difusión, promover contactos e intercambios comerciales, lograr mayor transparencia en el mercado y acercar la oferta de las distintas ramas de la actividad económica a la demanda.

Sección 2. Objeto y clasificación de las actividades feriales

Artículo 58. Objeto

1. El presente capítulo tiene por objeto la ordenación, regulación y promoción de las actividades feriales que se desarrollan en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como la constitución, funcionamiento y control de sus entidades organizadoras.

2. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de este capítulo:

- a) Las exposiciones universales que se rijan por la Convención de París de 22 de noviembre de 1928.
- b) Las exposiciones que persiguen fines de interés cultural, artístico, científico, cívico o social.
- c) Los mercados y manifestaciones populares que se realicen de forma periódica y tradicional en Canarias, y que tengan por objeto la realización de transacciones y exposiciones de animales, ganados o productos alimenticios no elaborados.
- d) Las actividades feriales que, con independencia de su denominación, se dirijan a empresarios, consumidores o usuarios y cuya actividad sea exclusivamente la venta directa con retirada de la mercancía durante su celebración.

Artículo 59. Venta directa

En las actividades feriales reguladas en el presente capítulo sólo podrá realizarse la venta directa de los productos exhibidos y retirada de la mercancía en el recinto, previa comunicación a la Administración Pública competente, que deberá realizar la entidad organizadora con expresión de las características de la oferta de los productos objeto de compraventa.

Artículo 60. Lugar de celebración

Las actividades feriales deberán celebrarse en recintos o instalaciones destinadas a dicha finalidad o en

edificios o instalaciones públicas destinadas también a otros usos, siempre que garanticen los servicios y cumplan con los requisitos que se establezcan reglamentariamente.

Artículo 61. Clasificación

Las actividades feriales que constituyen el ámbito de aplicación del presente capítulo se clasifican:

a) En ferias y exposiciones o muestras.

– Son ferias aquellas actividades feriales dirigidas principalmente al público profesional que se celebren con una periodicidad establecida.

– Son exposiciones o muestras, aquellas actividades feriales que reúnen las características de feria, pero no tienen una periodicidad establecida.

b) Por razón de la oferta exhibida, en multisectoriales y monográficas.

Tendrán la consideración de multisectoriales, si la oferta exhibida es representativa de diferentes sectores de la actividad económica; y de monográficas, aquellas respecto de las cuales la oferta se refiera a un único sector.

c) Por razón del ámbito territorial de los expositores y del origen de la oferta, en regionales, insulares y locales.

– Son regionales aquellas actividades feriales en las que participen expositores de bienes y servicios originarios de más de una isla sin que predominen los originarios de cualquiera de ellas en relación con los de las restantes en un porcentaje que exceda del 50%.

– Son insulares las actividades feriales en las que participen expositores de bienes y servicios originarios de más de una isla y en las que predominen los originarios de cualquiera de ellas en relación con los de las restantes en un porcentaje que exceda del 50%.

Se califican asimismo como insulares aquellas actividades feriales en las que participen expositores de bienes y servicios originarios de varios municipios de una misma isla sin que predominen los originarios de cualquiera de ellos en relación con los de los restantes en un porcentaje que exceda del 50%.

– Son locales las actividades feriales en que participen expositores de bienes y servicios originarios de un solo municipio, y aquellas en las que, participando expositores de varios municipios de una misma isla, predominen los originarios de cualquiera de ellos en relación con los de los restantes en un porcentaje que exceda del 50%.

Sección 3. De las administraciones públicas competentes en materia de ferias interiores

Artículo 62. De las administraciones competentes

Las administraciones públicas con competencias en materia de ferias interiores son las siguientes:

- a) La Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias.
- b) Los cabildos insulares.
- c) Los ayuntamientos.

Artículo 63. Competencias de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias

Corresponden a la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, en materia de ferias interiores, las siguientes competencias:

- a) La potestad reglamentaria, así como las potestades de inspección y sanción.
- b) La alta inspección del ejercicio por parte de los cabildos insulares de las competencias transferidas en los términos establecidos en la [Ley 14/1990, de 26 de julio](#), de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas de Canarias.
- c) La acción regional de fomento al sector ferial.
- d) Otorgar la calificación de Feria o Exposición Oficial de la Comunidad Autónoma de Canarias.
- e) Llevar el Registro Oficial de Actividades Fariales de Canarias.
- f) Las demás funciones que esta Ley le atribuye.

Artículo 64. Competencias de los cabildos insulares

Corresponden a los cabildos insulares, en materia de ferias interiores, aquellas competencias que les atribuye la legislación de régimen local y las transferidas o delegadas por la Comunidad Autónoma de Canarias.

Artículo 65. Competencias de la Administración municipal

Corresponden a los municipios, en materia de ferias interiores, aquellas competencias que la legislación de régimen local les atribuye, así como el ejercicio de las funciones delegadas por los cabildos insulares.

Sección 4. Actividades feriales oficiales de Canarias

Artículo 66. Ferias y exposiciones oficiales

1. La Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias otorgará la calificación de Feria o Exposición Oficial de Canarias a aquellas actividades feriales que reúnan como mínimo los siguientes requisitos:

- a) Celebrarse en recintos o instalaciones públicas de carácter permanente.
- b) Disponer de un reglamento interno de participación de los expositores.
- c) Superar el número de expositores y de metros cuadrados de superficie de exposición que reglamentariamente se determinen.

2. Para otorgar la calificación de feria o exposición oficial la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias tendrá en cuenta que no haya otra feria o exposición oficial de características similares, dentro de su ámbito territorial, así como su tradición, los resultados y balances de ediciones anteriores.

Artículo 67. Control económico y memoria

Los organizadores de ferias y exposiciones oficiales someterán su gestión en la organización de actividades

feriales al control de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias mediante la presentación anual de:

- a) Los presupuestos y sus correspondientes liquidaciones de las ferias que organicen.
- b) La memoria de las actividades feriales desarrolladas, que necesariamente deberá incluir los resultados en relación a los metros cuadrados de superficie de exposición, estadísticas de los expositores y visitantes con indicación de los sectores económicos participantes.

Artículo 68. Duración y periodicidad

1. La duración de las ferias y exposiciones oficiales no puede exceder de quince días.
2. Las ferias oficiales se celebrarán, como mínimo, una vez al año y como máximo, dos veces al año.
3. La Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias podrá autorizar, dentro del ámbito de sus competencias y con carácter excepcional, otros plazos de duración y de periodicidad distintos a los establecidos en los apartados anteriores, en los supuestos que reglamentariamente se determinen en función de las características de la oferta y del sector.

Artículo 69. Comités organizadores

1. Para la organización y seguimiento de la gestión de las ferias y exposiciones oficiales se constituirá un comité organizador en el que estarán representadas la entidad organizadora, la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, el cabildo insular, en su caso, el ayuntamiento del municipio donde vaya a celebrarse, así como las organizaciones empresariales más representativas y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la correspondiente demarcación.

2. Igualmente estarán representadas en dicho comité las empresas que participen como expositores en la misma a través de las agrupaciones empresariales y las asociaciones representativas a nivel sectorial y territorial de los sectores económicos que integran la oferta a exhibir en la feria.

Artículo 70. Condiciones de participación

El reglamento interno de participación al que se refiere el artículo 66.1.b) regulará, como mínimo:

- a) Los requisitos que deben reunir los expositores que soliciten participar en la feria.
- b) El procedimiento y los criterios de admisión y, en su caso, de exclusión de los expositores.
- c) Los derechos y obligaciones de los expositores.
- d) El órgano y la regulación del procedimiento para dirimir las cuestiones que se susciten entre los participantes o entre éstos y la entidad organizadora.
- e) Las consecuencias para el caso de incumplimiento por los participantes de las disposiciones contenidas en el propio reglamento interno.

Sección 5. Organización de las actividades feriales

Artículo 71. Entidades organizadoras

Las actividades feriales podrán ser organizadas por:

- a) Instituciones feriales.
- b) Otras entidades organizadoras.

Artículo 72. Instituciones feriales de Canarias

1. Son instituciones feriales de Canarias aquellas entidades con personalidad jurídica propia, sin ánimo de lucro y legalmente constituidas con el objeto principal de organizar y gestionar en la Comunidad Autónoma de Canarias ferias y exposiciones como medio de promoción comercial de las distintas ramas de la actividad económica.

2. Las instituciones feriales de Canarias se rigen por sus estatutos, que deberán regular todo lo referente a su constitución, composición, administración y disolución, así como las facultades de los órganos de gobierno, en los que deberán estar representadas las entidades públicas que en su caso las promuevan.

3. Los estatutos de las instituciones feriales de Canarias deberán ser aprobados por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, previo informe de los cabildos insulares de las islas en las que estas instituciones tengan su domicilio social.

4. La Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias podrá nombrar representantes en los órganos de gobierno de las instituciones feriales para velar por el cumplimiento de los fines para los cuales fueron constituidas.

5. La promoción de instituciones feriales de Canarias queda reservada a las administraciones públicas y a otras entidades y asociaciones sin ánimo de lucro, cuyo objeto esté relacionado con la promoción de actividades feriales en cualquiera de sus manifestaciones.

6. Las instituciones feriales de Canarias deberán disponer de patrimonio propio, cuyo rendimiento será destinado exclusiva e íntegramente al cumplimiento de sus fines y a garantizar la disposición con carácter permanente de recintos o instalaciones adecuados a las actividades feriales que se promuevan por las mismas.

7. La denominación de «Institución Ferial de Canarias» únicamente podrá ser utilizada por las entidades reconocidas con arreglo a este título y las normas que lo desarrolle.

Artículo 73. Otras entidades organizadoras

1. Las entidades organizadoras a las que se refiere el artículo 71.b), que podrán ser públicas o privadas, deberán contar con personalidad jurídica propia, tener un objeto social que, en todo o en parte, aluda a la organización de actividades feriales, y estar válidamente constituidas de acuerdo con las normas que les sean de aplicación.

2. Las entidades organizadoras a que se refiere el apartado anterior podrán integrar como miembros no promotores a entidades de carácter mercantil.

Artículo 74. Obligaciones de las entidades organizadoras

Serán obligaciones de todas las entidades organizadoras las siguientes:

- a) Presentar la comunicación previa en los términos previstos en este título y normas que lo desarrolle.
- b) Constituir un comité organizador para cada actividad feria, en los términos establecidos en el artículo 69.
- c) Garantizar la asistencia al certamen de expositores que ejerzan legalmente su actividad y cuyo objeto se acomode a la calificación y clasificación de la actividad feria.
- d) Celebrar la actividad feria de acuerdo con las condiciones establecidas en la comunicación previa realizada y con lo preceptuado en este título y normas que la desarrolle.
- e) Impedir la realización en el recinto feria, durante la celebración del certamen, de actividades no comunicadas previamente o que no guarden relación con el objeto de la actividad feria.
- f) Remitir a la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, tras la clausura de la actividad feria, una memoria en la que se dé cuenta de las actividades desarrolladas, los resultados obtenidos, así como la valoración razonada que a la entidad organizadora le merezca, en la forma y plazos que reglamentariamente se determinen.
- g) Garantizar el mantenimiento del orden público dentro del recinto feria y el cumplimiento en el mismo de la normativa aplicable para la seguridad de las personas, productos, instalaciones y medio ambiente, sin perjuicio de las competencias que la legislación otorga a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.
- h) Suscribir un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier daño a las personas y bienes durante la celebración del certamen y el montaje y desmontaje del mismo.
- i) Prestar la colaboración que le sea requerida por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, el cabildo insular o el ayuntamiento correspondiente, en el ámbito de sus respectivas competencias, con objeto de garantizar el cumplimiento de la ley y normas que la desarrolle, así como las condiciones de las comunicaciones previas.
- j) Cumplir aquellos otros requisitos contenidos en este título y disposiciones de desarrollo de la misma.

Sección 6. Del régimen de comunicación previa de las actividades feriales

Artículo 75. Comunicación previa en materia de actividades feriales

1. Las actividades feriales a que se refiere esta Ley serán objeto de una comunicación previa a la Comunidad Autónoma de Canarias, con el fin de coordinarlas, para su difusión y promoción, y con el fin de garantizar un correcto desarrollo de las mismas.

2. Las comunicaciones se presentarán con una antelación mínima de dos meses a la fecha de la primera actividad anual, se actualizarán, en su caso, con periodicidad anual y contendrán como mínimo los datos de identificación de la entidad organizadora, así como los siguientes datos de la actividad feria: nombre, fechas de celebración de la actividad, sector comercial, lugar de celebración y, en su caso, realización o no de venta directa.

Sección 7. Registro, publicidad y promoción de las actividades feriales de Canarias

Artículo 76. Registro Oficial de Actividades Fariales de Canarias

1. En la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias existirá un Registro Oficial de Actividades Fariales en el que se inscribirán de oficio las actividades feriales previamente comunicadas.

2. En el Registro Oficial de Actividades Ferials de Canarias se harán constar los datos de identificación de las actividades feriales previamente comunicadas, así como los datos de identificación y estatutos de las entidades organizadoras. De la misma forma constarán en el registro las posibles sanciones impuestas por las infracciones previstas en el capítulo IV del presente título.

3. En todo caso, dicho registro tendrá en cuenta la normativa que sobre protección de datos de carácter personal esté vigente en todo momento.

4. Reglamentariamente se regulará el contenido del registro, su organización y las normas de su funcionamiento.

Artículo 77. Publicidad

Los datos que figuran en el Registro Oficial de Actividades Ferials de Canarias tienen carácter público, de acuerdo con los procedimientos de acceso y difusión que se establezcan reglamentariamente.

Artículo 78. Promoción de actividades feriales

1. Al objeto de promocionar las actividades feriales que tengan la calificación de oficial a que se refiere este título y las actividades de las entidades organizadoras que persigan este mismo objetivo, la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias establecerá medidas de ayuda económica en concepto de subvenciones y prestará la asistencia técnica precisa, en la forma y requisitos que reglamentariamente se determinen.

2. Para poder acogerse a las ayudas deberá acreditarse la inscripción en el Registro Oficial de Actividades Ferials de la actividad para la cual se solicita subvención y del cumplimiento de los demás requisitos exigidos en el presente título y en las disposiciones específicas que la desarrollen.

3. La Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias podrá promocionar y fomentar la asistencia de las empresas canarias a ferias o exposiciones que se celebren fuera de su ámbito territorial, siempre que tales certámenes tengan especial interés para la comercialización o difusión de productos, técnicas o servicios característicos de dichas empresas o de especial interés para la región.

CAPÍTULO IV. Régimen de infracciones y sanciones

Artículo 79. Infracciones y sanciones

1. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de cualquier otro orden que puedan concurrir, a cuyos efectos se dará oportuno traslado del expediente a la jurisdicción competente, serán sancionadas administrativamente las infracciones a las disposiciones de esta Ley.

2. En ningún caso se producirá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos.

3. La sanción deberá ir precedida de la tramitación del correspondiente expediente, el cual deberá incoarse por providencia del órgano competente en cada caso.

4. Las infracciones a que se refiere la presente Ley prescribirán, si fueran muy graves a los tres años, las graves a los dos años, y las leves a los seis meses. El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse desde el día en que la infracción se hubiera cometido. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento

del interesado, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

5. Las sanciones impuestas por infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por infracciones graves a los dos años, y las impuestas por infracciones leves al año. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquél en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

6. La tramitación de un expediente de infracción se sujetará a las normas establecidas en la [Ley 30/1992, de 26 de noviembre](#), de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y demás disposiciones que la complementan y desarrollan.

Artículo 80. De las infracciones

Uno. Son infracciones administrativas en materia comercial las siguientes:

1. El incumplimiento de las condiciones o requisitos establecidos en los artículos 6 y 7 de la presente Ley.
2. El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 8 en materia de productos y servicios puestos a disposición del público.
3. El incumplimiento de lo dispuesto en los artículos 9 y 10 en materia de precios.
4. El incumplimiento de lo dispuesto en materia de horarios comerciales.
5. El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3.2.B.d) en materia de ejercicio simultáneo del comercio al por mayor y al detalle.
6. El ejercicio de actividades de venta fuera de un establecimiento comercial, en incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3.2.B).
7. El incumplimiento por las cooperativas de consumidores y usuarios y por los economatos de lo dispuesto en el artículo 3.2.B), letras e) y f).
8. El incumplimiento de lo previsto en los artículos 15 y 16 en cuanto a instalación de los mercadillos y mercados de ocasión y a los productos que pueden ser ofrecidos al público en los mismos, sin perjuicio de las competencias municipales sobre la materia.
9. La falta de veracidad en los anuncios de prácticas promocionales, calificando indebidamente las correspondientes ventas u ofertas.
10. La instalación de puestos de venta ambulante que infrinja lo dispuesto en los artículos 19, 20 y 21.
11. La venta domiciliaria de los productos prohibidos en el artículo 22.
12. El incumplimiento de los requisitos que para las ofertas en las ventas a distancia establece el artículo 24.
13. El incumplimiento de los requisitos que para las máquinas destinadas a la venta automática establece el artículo 26.
14. El incumplimiento de los requisitos que para las ventas a pérdida se contienen en el artículo 28.
15. Las ventas con prima que infrinjan lo dispuesto en el artículo 29.
16. Las ventas en rebajas en las que no se consigne el precio, conforme a lo establecido en el artículo 30, o recaigan sobre los productos a que se refiere el artículo 31, o no cumplen las condiciones que para su anuncio se establecen en el artículo 32.

17. Las ventas en liquidación en las que no concurra alguna de las circunstancias previstas en el artículo 33, o cuya realización no se haya comunicado a la consejería competente en materia de comercio, conforme al artículo 34.

18. Las ventas de saldo que tengan por objeto productos distintos de los previstos en esta Ley, las que no cumplan con los requisitos contenidos en el artículo 35, y las que se practiquen en establecimientos en condiciones distintas a las exigidas en el artículo 36.

19. Las ventas con descuento efectuadas sin cumplir con los requisitos exigidos en el artículo 38.

20. La realización de ventas en cadena o pirámide que han sido prohibidas según el artículo 39.

21. La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información expresamente mencionada en los artículos 29.4, 30.2 y 38.3, o cualquier otra requerida por las autoridades competentes o sus agentes en cumplimiento de la presente Ley, así como el suministro de dicha información de manera inexacta o la presentación de documentación falsa.

22. Carecer de hojas de reclamaciones.

23. La utilización inapropiada de cualquiera de las denominaciones feriales a que hace referencia el artículo 61 de esta Ley.

24. La exclusión injustificada de expositores en una actividad feria.

25. La venta directa con retirada de mercancía del recinto feria sin la preceptiva comunicación previa.

26. La celebración de actividades feriales en recintos o instalaciones que no cumplan los requisitos establecidos en la presente Ley y disposiciones que lo desarrollos.

27. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 74 que no sean objeto de tipificación específica en este artículo.

28. La no celebración de actividades feriales comunicadas, salvo que concurran circunstancias especiales debidamente justificadas.

29. El uso indebido de la denominación de institución feria por entidades no reconocidas como tales.

30. La utilización de la calificación de feria o exposición oficial de Canarias para actividades carentes de tal carácter conforme se establece en el artículo 66.1 de esta Ley.

31. La realización por las entidades organizadoras de actividades feriales de actuaciones que originen un perjuicio de carácter económico a terceros, declarado por resolución judicial o administrativa firmes.

32. El incumplimiento de los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidos en los artículos 67, 68, 69, 73 o 75 de esta Ley.

33. El ejercicio de actividades comerciales en establecimientos, sin la previa obtención de la licencia comercial para el ejercicio de las actividades sometidas a la aplicación de la presente Ley, en los supuestos en que sea preceptiva, o en contra de sus determinaciones y, en su caso, sin haber comunicado a la consejería competente en materia de comercio la transmisión, así como cuando la licencia comercial para el desarrollo de la actividad objeto de la presente Ley haya sido revocada o declarada su caducidad.

34. El incumplimiento de la obligación de comunicar la puesta en marcha de la actividad comercial en el plazo máximo de un mes desde que ésta se produzca.

35. El incumplimiento de la obligación de comunicar cualquier variación de los datos en el Registro de Comerciantes y Comercio de Canarias.

Dos. No tendrá carácter de sanción la clausura del establecimiento y suspensión de la actividad que podrá ser acordada por la consejería competente en materia de comercio, simultáneamente con el inicio del expediente sancionador correspondiente.

Artículo 81. Clases de infracciones

Las infracciones tipificadas por la presente Ley pueden considerarse leves, graves o muy graves, en función de los siguientes criterios:

1. Se consideran infracciones leves:

Las simples irregularidades en la observancia de lo prescrito en la presente Ley, siempre que no causen perjuicios directos de carácter económico, y que no exista intencionalidad.

2. Se consideran infracciones graves:

a) La reincidencia en la comisión de infracciones consideradas leves en un período de seis meses.

b) Las infracciones que, aún tratándose de simples irregularidades, causen perjuicios directos de carácter económico.

3. Se consideran infracciones muy graves:

a) La reincidencia de infracciones graves en un mismo período de un año, siempre que no se produzcan a la vez a consecuencia de la reincidencia en infracciones leves.

b) Las que afecten a gran número de personas, a la importante repercusión social de las mismas, al riesgo para la salud que comporten o a la continuidad o larga duración de la conducta sancionable.

c) Las infracciones que den o puedan dar lugar a perjuicios que, por su importancia, hayan alterado gravemente las relaciones socio-económicas, o sean susceptibles de producir graves alteraciones en ellas.

Artículo 82. De las sanciones

1. Las infracciones, de acuerdo con la presente Ley, serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Las infracciones leves, desde 30,05 euros hasta 3.005,06 euros.

b) Las infracciones graves, desde 3.005,07 euros hasta 15.025,30 euros.

c) Las infracciones muy graves, desde 15.025,31 euros hasta 601.012,10 euros.

2. El Gobierno de Canarias, mediante Decreto, podrá actualizar el importe de las sanciones previstas en el apartado anterior en función a las variaciones que experimente el índice de precios al consumo.

3. La cuantía de la sanción se graduará teniendo en cuenta las siguientes circunstancias:

a) La reparación de los defectos derivados del incumplimiento relativo a las formalidades exigidas por esta Ley para el ejercicio de las actividades que regula, siempre que de dicho incumplimiento no se hayan derivado perjuicios directos a terceros.

b) El número de consumidores y usuarios afectados.

c) La cuantía del beneficio ilícito.

d) El volumen de ventas.

e) La situación de predominio del infractor en el mercado.

f) La gravedad de los efectos socio-económicos que la comisión de la infracción haya producido.

g) La reincidencia.

4. En los supuestos de infracciones muy graves, el Gobierno de Canarias podrá acordar el cierre del establecimiento en que se haya producido la infracción por un plazo máximo de cinco años. En tal caso, será de aplicación lo previsto en el [Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto](#), por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social.

5. La autoridad a quien corresponda resolver el expediente podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de la mercancía falsificada, fraudulenta, no identificada o que incumpla los requisitos mínimos establecidos para su comercialización.

Artículo 83. Medidas cautelares complementarias

Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, la autoridad que ordene la iniciación del expediente podrá, con carácter cautelar, ordenar la intervención de aquellas mercancías con relación a las cuales, y de acuerdo con las diligencias practicadas, se presuma el incumplimiento de los requisitos mínimos exigidos para su comercialización y siempre que la presencia de las mismas en el mercado pueda entrañar riesgos para el consumidor o usuario.

Artículo 84. Publicidad y ejecución de las sanciones

1. Siempre que concurra alguna de las circunstancias de riesgo para la salud o seguridad de los consumidores, reincidencia en infracciones de naturaleza análoga o acreditada intencionalidad en la infracción, la autoridad que resuelva el expediente podrá acordar la publicación, a cargo del infractor, de las sanciones impuestas como consecuencia de lo establecido en esta Ley, cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de los responsables y la índole o naturaleza de las infracciones, en el Boletín Oficial de Canarias y a través de los medios de comunicación social que se consideren oportunos.

2. Las resoluciones sancionadoras que pongan fin a la vía administrativa serán inmediatamente ejecutivas.

3. Todas las Administraciones Públicas competentes en la materia presentarán la debida colaboración para hacer efectiva la exacta ejecución de las sanciones.

Disposición Adicional Primera. Edición de guía procedural y de trámites

La consejería competente en materia de comercio editará, en el plazo máximo de seis meses desde la entrada en vigor de la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), una guía en castellano y otros idiomas de gran implantación en el ámbito de la Unión Europea, comprensiva de los criterios aplicables y la totalidad de trámites del procedimiento para la concesión de la licencia comercial. Todo ello sin perjuicio del cumplimiento de la obligación de prestar el máximo asesoramiento e información individualizada a los ciudadanos.

Disposición Adicional Segunda. Del Registro de Comerciantes y Comercios de Canarias

1. El Gobierno de Canarias creará un Registro de Comerciantes y Comercios de Canarias adscrito a la consejería competente en materia de comercio, que tendrá por objeto la inscripción de oficio de las personas físicas o jurídicas que ejerzan la actividad comercial.

2. El registro tendrá como finalidad el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- a) Permitir la elaboración y permanente actualización de un censo comercial en Canarias.
 - b) Disponer de los datos precisos para el general y común conocimiento de las estructuras comerciales en el ámbito territorial de Canarias, así como garantizar los derechos de los consumidores y usuarios.
 - c) Contribuir a definir las políticas públicas llevadas a cabo en el sector comercial canario.
 - d) Facilitar el ejercicio de las funciones de control y tutela de los intereses públicos en el ámbito de la actividad comercial.
 - e) Promover la necesaria transparencia y la defensa del principio de leal competencia en el ejercicio de la actividad comercial, así como la defensa de los derechos de los consumidores.
3. Los comerciantes, sean personas físicas o jurídicas, deberán comunicar sus datos inscribibles y cualquier modificación de los mismos a la dirección general competente.
4. El Registro de Comerciantes y Comercios de Canarias será público. Reglamentariamente se determinará su estructura, su organización y su funcionamiento, así como los datos susceptibles de inscripción en éste, y no podrán contener datos de carácter personal no relacionados con la persona titular de la inscripción o con la actividad comercial que ésta desarrolle o pretenda desarrollar. En todo caso, la inscripción en este Registro será gratuita. No obstante, los datos contenidos en el censo creado al amparo de la [Orden de 25 de noviembre de 2005](#), se incorporarán automáticamente a este registro.
5. El órgano responsable del fichero automatizado que contenga el registro deberá adoptar las medidas de organización y gestión que sean necesarias para asegurar la confidencialidad, seguridad e integridad de los datos, así como las conducentes a hacer efectivas las garantías, obligaciones y derechos reconocidos en la [Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre](#), de Protección de Datos de Carácter Personal, y en sus normas de desarrollo.
6. Los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición se podrán ejercer ante el órgano citado.

Disposición Transitoria Primera. Criterios aplicables transitoriamente para la concesión de las licencias comerciales

Hasta tanto se aprueben los Planes Territoriales Especiales de Grandes Equipamientos Comerciales, previstos en el artículo 54, la concesión de licencia comercial habrá de llevarse a cabo teniendo en cuenta las determinaciones del planeamiento municipal, siempre que no entre en contradicción con los criterios establecidos en el apartado 3 del artículo 43.

Disposición Transitoria Segunda. Régimen transitorio de las solicitudes de licencia comercial

Las solicitudes de licencia comercial cuya tramitación se hubiese iniciado con anterioridad a la entrada en vigor de la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), reguladora de la Licencia Comercial, y que se encuentren pendientes de resolución, se tramitarán conforme a la normativa vigente en el momento de la presentación de la solicitud, sin perjuicio de que a efectos del planeamiento se aplique lo estipulado en la disposición transitoria primera.

Disposición Transitoria Tercera. Régimen transitorio para los titulares de las autorizaciones municipales que vinieran desarrollando la actividad a la entrada en vigor de la [Ley 1/2010, de 1 de marzo](#), de reforma de la [Ley 7/1996, de 15 de enero](#), de Ordenación del Comercio Minorista

Las autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria otorgadas con anterioridad a la

entrada en vigor de la [Ley 1/2010, de 1 de marzo](#), de reforma de la [Ley 7/1996, de 15 de enero](#), de Ordenación del Comercio Minorista, de las que haya constancia fehaciente, quedan prorrogadas automáticamente por el plazo de ocho años con la acreditación del cumplimiento exclusivamente de los requisitos exigidos para la obtención de la autorización originaria, con anterioridad a la entrada en vigor de la [Ley 1/2010](#), en su mercadillo habitual, a contar desde la entrada en vigor de la [Ley 8/2011, de 8 de abril](#), y serán prorrogables por otros ocho años.

Disposición Final Primera. Aprobación de los Planes Territoriales Especiales de Grandes Equipamientos Comerciales de ámbito insular

En el plazo de un año desde la entrada en vigor de la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), la Comisión de Ordenación del Territorio y Medio Ambiente de Canarias deberá aprobar los Planes Territoriales Especiales de Grandes Equipamientos Comerciales de ámbito insular a propuesta del consejero o consejera competente en materia de comercio.

Disposición Final Segunda. De los sectores de actividad

Se habilita al Gobierno para incluir o excluir, mediante decreto, nuevos sectores de actividad a efectos de la clasificación de los grandes establecimientos comerciales de conformidad con el artículo 54.3 de este texto legal, así como para modificar los límites establecidos en el artículo 41.2 en función de los mismos, previo informe de las comisiones insulares de comercio, dando cuenta al Parlamento.

Disposición Final Tercera. Planes de calidad

Se autoriza al Gobierno para proceder en el plazo de un año desde la entrada en vigor de la [Ley 12/2009, de 16 de diciembre](#), a elaborar un Plan de calidad del comercio.

Disposición Final Cuarta. Nueva regulación del procedimiento de concesión de la licencia comercial

Se habilita al Gobierno de Canarias para proceder a una nueva regulación de las normas contenidas en los artículos 45 a 48 de la presente Ley, relativos al procedimiento de concesión de la licencia comercial, con respeto a las limitaciones derivadas de la reserva de ley y de la legislación básica que regule la materia.