

**Ley de comercio de Castilla y León de 2002**

Ley 16/2002, de 19 de diciembre

LCyL 2002\628

COMERCIO. Ley de Comercio de Castilla y León.**CORTES DE CASTILLA Y LEÓN**

BO. Castilla y León 24 diciembre 2002, núm. 247-suplemento 1, [pág. 2]; rect. BO. Castilla y León 14 febrero 2003, núm. 30, [pág. 2421](castellano) ;

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

TÍTULO I. Disposiciones generales

CAPÍTULO I. Principios generales

Artículo 1. Objeto de la Ley

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

Artículo 2. Actividad comercial

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

Reglamentariamente se podrán establecer excepciones a lo señalado anteriormente.

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

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

Artículo 3. Actividad comercial minorista y mayorista

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.1 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 4. Condiciones para el ejercicio de la actividad comercial

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

Seguridad Social que les corresponda, y disponer de las correspondientes autorizaciones municipales.

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

Artículo 5. Principios de actuación de los poderes públicos

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

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



Notas de vigencia

Letra e) modificado por [art. 4.2 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

CAPÍTULO II. Oferta comercial

Artículo 6. Condiciones generales de la oferta comercial

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

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

Artículo 7. Derecho de desistimiento

1. El derecho de desistimiento de los bienes y productos adquiridos por el comprador en el ejercicio de un derecho previamente reconocido se ajustará a las condiciones establecidas en la legislación estatal reguladora del comercio minorista.
2. Asimismo la devolución de los bienes y productos se deberá ajustar a la información que sobre la misma el vendedor haya establecido y publicitado debidamente.



Notas de vigencia

Suprimido por [art. 4.3 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 8. Horarios comerciales

1. El horario global en el que los comercios podrán ejercer su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana será libremente determinado por cada comerciante, de acuerdo con lo que se establezca reglamentariamente por la Junta de Castilla y León al respecto, con pleno respeto a lo establecido en la normativa estatal sobre la materia.
2. El número mínimo de domingos y días festivos en que los comercios podrán permanecer abiertos al público será de diez. No obstante la determinación del calendario, que en todo caso deberá atender de forma prioritaria al atractivo comercial de esos días, se realizará de acuerdo con el procedimiento y los criterios que se establezcan reglamentariamente por la Junta de Castilla y León.
3. Conforme a lo preceptuado en la legislación estatal, a efectos de lo establecido en este artículo y mediante el correspondiente desarrollo reglamentario, se establecerán los criterios y el procedimiento para la declaración, a instancia de los Ayuntamientos, de las zonas de gran afluencia turística .



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8.1 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280.](#)

Artículo 9. Prohibiciones a la actividad comercial minorista

1. No podrán ejercer la actividad comercial minorista, además de las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido, los empresarios individuales o sociales a quienes la normativa especial de la actividad que desarrollan les exija dedicarse exclusivamente a la misma.
2. Se prohíbe expresamente la exposición y venta de mercancías al consumidor, así como la intermediación y la remisión o entrega de catálogos, folletos o publicidad de los mismos, cuando éstas procedan de personas cuya actividad sea distinta a la comercial y, como consecuencia de la actividad que les es propia, tengan como finalidad principal la realización de préstamos, depósitos u operaciones deanáloga naturaleza adheridas a la oferta comercial de la mercancía, de tal forma que una no se pudiera hacer efectiva sin la otra.

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

3. A estos efectos, la prohibición señalada en el apartado anterior se producirá aun en el caso de que la

empresa que realice la venta sea dependiente o participada por aquella que realiza la actividad principal o cuando la venta se realice en dependencias de esta última.

**Notas de vigencia**

Suprimido por [art. 4.4 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

CAPÍTULO III. Precios y garantías de los productos

Artículo 10. Precio de los bienes y productos

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

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

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

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

Artículo 11. Garantías de los bienes y productos

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

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

**Notas de vigencia**

Ap. 2 modificado por [art. 4.5 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 12. Prohibición de la venta con pérdida

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

las ventas de saldos y ventas en liquidación reguladas en el [capítulo II del Título III](#) de la presente Ley.

CAPÍTULO IV. Del Consejo Castellano y Leonés de Comercio

Artículo 13. El Consejo Castellano y Leonés de Comercio

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

2. Son funciones de este órgano:

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

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

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Ap. 2 d) suprimido por [art. 4.6 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Ap. 2 c) suprimido por [art. 4.6 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

TÍTULO II. Del equipamiento comercial



Notas de vigencia

Rúbrica modificada por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 14. Objeto

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 15. Elementos de la ordenación del equipamiento comercial

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 16. Concepto de establecimiento comercial

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

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

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

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

CAPÍTULO II. Régimen administrativo de los grandes establecimientos comerciales**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 17. Concepto de gran establecimiento comercial

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

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 18. Clasificación de los grandes establecimientos comerciales individuales

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

a) Establecimientos especializados en bienes de consumo cotidiano.

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

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

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 19. Concepto de superficie de venta al público

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

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

2. La superficie de venta al público total de un establecimiento comercial colectivo será la suma de las diferentes superficies de venta al público de los establecimientos comerciales individuales que lo componen.

A estos efectos, la superficie de venta al público de un establecimiento individual integrado en un colectivo se medirá desde el acceso al público de cada uno de ellos.

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 20. Licencia comercial de gran establecimiento comercial

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

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

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

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

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

contenidos en la licencia comercial.

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

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

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Artículo 21. Solicitud de la licencia comercial

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

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

- a) Identificación del solicitante de la licencia, así como declaración responsable de la representación que

ostente, en su caso.

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

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

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

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

II) Número de plazas destinadas a aparcamiento público.

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

d) Respecto del instrumento de planeamiento urbanístico:

El solicitante deberá aportar certificación urbanística que acredite que se cumplen las condiciones necesarias para la implantación del gran establecimiento comercial de acuerdo con la normativa aplicable, emitida por la autoridad urbanística competente, o bien aportar copia del instrumento de planeamiento urbanístico habilitante, en su caso, en la fase de aprobación más avanzada en la que se encuentre, que será al menos la de su aprobación provisional.

Si dicho instrumento urbanístico estuviera aprobado definitivamente, bastará con que el interesado haga constar el archivo, base de datos o fondo documental donde aparece.

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 22. Procedimiento

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

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

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

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

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

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

4. Paralelamente y a la vista de la documentación obrante en el expediente, se solicitarán informes a las Consejerías competentes en materia de ordenación del territorio, medio ambiente, carreteras y urbanismo al objeto de que emitan en el plazo de dos meses los correspondientes informes en atención a las materias que tengan atribuidas y de acuerdo con los criterios recogidos en el artículo 24.

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

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

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

7. El plazo máximo para la notificación de la resolución del procedimiento de concesión de licencia comercial será de 6 meses, contados desde el día en que haya tenido entrada toda la documentación que se señala en el artículo 21 en el órgano competente para su tramitación.

Transcurrido dicho plazo sin haberse notificado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de licencia comercial. No obstante, ésta se entenderá desestimada por silencio administrativo, dadas las razones imperiosas de interés general previstas en el artículo 14, cuando alguno de los informes preceptivos contemplados en los apartados 3 y 4 del presente artículo no se hubiese solicitado o, solicitado, fuese desfavorable.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 23. Resolución

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 24. Criterios para la concesión de la licencia comercial

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

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4.7 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

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



Notas de vigencia

Renumerado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#). Su anterior numeración era Cap. VI.

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

1. Hecho imponible. Constituye el hecho imponible de la tasa la tramitación de la solicitud de licencia comercial específica para la instalación de grandes establecimientos comerciales y la licencia para la instalación de establecimientos comerciales de descuento duro en todos los casos en los que éstas sean necesarias.
2. Sujeto pasivo. Son sujetos pasivos de la tasa las personas naturales o jurídicas que soliciten la concesión de la licencia.
3. Base imponible. Constituye la base imponible de la tasa, la superficie de venta al público de los establecimientos a los que se refiere el [artículo 17 y 27](#) de la presente Ley.
4. Devengo. La tasa se devengará cuando se inicien las correspondientes actuaciones administrativas. No obstante, su pago se exigirá por anticipado en el momento en que se formule la solicitud.
5. Cuota. La cuota de la tasa se obtendrá aplicando el tipo de gravamen de 3 euros por metro cuadrado de superficie de venta al público a la base imponible.



Notas de vigencia

Renumerado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#). Su anterior numeración era art. 28.

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



Notas de vigencia

Derogado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 26. Los Planes Territoriales de Equipamiento Comercial

1. Son instrumentos de desarrollo del Plan General de Equipamiento Comercial que concretan y profundizan las determinaciones del mismo para un territorio concreto de la Comunidad, cuyo cumplimiento será obligatorio a

los efectos de la ordenación del equipamiento comercial en el ámbito en el que se apliquen.

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Derogado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

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



Notas de vigencia

Derogado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

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

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

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

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

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

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

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

**Notas de vigencia**

Derogado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyl\2009\841.](#)

CAPÍTULO VI. Tasa aplicable a la tramitación de las licencias comerciales para grandes establecimientos comerciales y establecimientos comerciales de descuento duro**Notas de vigencia**

Derogado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyl\2009\841.](#)

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

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

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

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

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

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

**Notas de vigencia**

Derogado por [art. 4.8 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyl\2009\841.](#)

TÍTULO III. De las actividades comerciales de promoción de ventas**CAPÍTULO I. Normas generales****Artículo 29. Concepto**

1. Las actividades comerciales de promoción de ventas son aquellas que ofrecen al comprador condiciones más ventajosas en los productos que habitualmente caracterizan la oferta comercial de los mismos.
2. A los efectos de esta Ley se consideran actividades comerciales de promoción de ventas: las ventas en rebajas, las ventas de saldo, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio, las ventas en oferta y la oferta directa de fabricante o mayorista.
3. Toda venta promocional que, aun anunciándose con distinta denominación, reúna las características de cualquiera de las modalidades previstas en esta Ley, se entenderá asimilada a la misma y quedará sujeta a su regulación específica.
4. Reglamentariamente se desarrollarán las condiciones y requisitos aplicables a las distintas actividades comerciales de promoción de ventas.

Artículo 30. Requisitos generales

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

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

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

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

- e) El comerciante estará obligado a admitir los mismos medios de pago que acepta habitualmente en el desarrollo de su actividad comercial.
- f) Las actividades comerciales de promoción de ventas no podrán condicionarse a la existencia de una reducción porcentual de precios mínima o máxima.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8.2 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280.](#)

Artículo 31. Prohibición de las ventas en pirámide

Queda prohibida la realización de ventas en pirámide, entendiendo por tales aquéllas en las que el comprador se compromete a realizar una contraprestación a cambio de recibir una compensación derivada fundamentalmente de conseguir otros compradores, y no de la venta en sí.

En cuanto a los efectos de la realización de este tipo de actividades comerciales, se estará a lo dispuesto en el [artículo 23](#) de la [Ley 7/1996, de 15 de enero](#), de Ordenación del Comercio Minorista.

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 8.3 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280](#).

CAPÍTULO II. Régimen específico aplicable a las distintas clases de actividades comerciales de promoción de ventas**Artículo 32. Ventas en rebajas**

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

2. Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los períodos estacionales que decida libremente cada comerciante en función de su interés comercial. En todo caso, las fechas elegidas como inicio y fin de la venta en rebajas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en un lugar visible al público.

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

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 8.4 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280](#).

Artículo 33. Ventas de saldos

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

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 8.5 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280](#).

Artículo 34. Ventas en liquidación

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

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

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

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

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

5. La duración máxima de la venta en liquidación será de un año.

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8.6 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280](#).

Artículo 35. Ventas con obsequio o prima

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8.7 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280.](#)

Artículo 36. Ventas en oferta

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8.8 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280.](#)

Artículo 37. Venta directa realizada por fabricante o mayorista

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

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

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

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



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8.9 de Decreto-ley 1/2012, de 16 de agosto LCyL\2012\280.](#)

TÍTULO IV. De las ventas especiales

CAPÍTULO I. Generalidades

Artículo 38. Modalidades

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

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

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

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



Notas de vigencia

Ap. 3 suprimido por [art. 4.10 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Ap. 2 suprimido por [art. 4.10 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

CAPÍTULO II. Ventas a distancia

Artículo 39. Concepto

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

2. Estarán sujetas a lo previsto en esta Ley, las empresas de ventas a distancia cuyas propuestas de

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

**Notas de vigencia**

Ap. 2 modificado por [art. 4.11](#) de [Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 40. Requisitos

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

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

a) La identidad del oferente y domicilio de la empresa.

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

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

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

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

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

**Notas de vigencia**

Ap. 2 a) modificado por [art. 4.12](#) de [Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

CAPÍTULO III. Venta automática**Artículo 41. Concepto**

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

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

Artículo 42. Requisitos

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

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

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

b) El producto o servicio que se ofrezca.

c) El precio total a pagar.

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

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

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

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



Notas de vigencia

Ap. 2 a) modificado por [art. 4.13](#) de [Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Ap. 1 modificado por [art. 4.13](#) de [Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 43. Responsabilidad

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

CAPÍTULO IV. Venta a domicilio

Artículo 44. Concepto

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

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

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

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

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

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

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

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



Notas de vigencia

Ap. 3 a) modificado por [art. 4.14](#) de [Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

CAPÍTULO V. Venta ambulante o no sedentaria

Artículo 45. Concepto

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

Artículo 46. Autorización

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

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

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

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

**Notas de vigencia**

Modificado por [art. 4.15 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 47. Regulación de la actividad

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

TÍTULO V. De la inspección y del régimen sancionador**CAPÍTULO I. Principios generales****Artículo 48. Principios generales**

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

CAPÍTULO II. De la inspección

Artículo 49. Definición y órganos competentes en materia de inspección

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

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

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

CAPÍTULO III. Régimen de infracciones y sanciones

Artículo 50. Definición y clasificación de las infracciones

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

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

Artículo 51. Responsabilidad

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

Artículo 52. Infracciones leves

Se consideran infracciones leves:

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

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

**Notas de vigencia**

Letra d) añadido por [art. 4.16 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Letra e) añadido por [art. 4.16 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 53. Infracciones graves

Se consideran infracciones graves:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar información requerida por las autoridades o sus agentes y el personal de las Administraciones Públicas competentes en materia de comercio interior en el ejercicio de las funciones de comprobación y vigilancia, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.

b) Realizar venta con pérdida, con excepción de los supuestos previstos en el artículo 11 de la presente Ley.

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

d) La falta de comunicación de las ampliaciones reguladas en el artículo 20.4, así como en los supuestos previstos en el artículo 20.5, 6 y 7 de la presente Ley.

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

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

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

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

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

j) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

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

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

**Notas de vigencia**

Letra d) modificado por [art. 4.17 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Letra l) añadido por [art. 4.18 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 54. Infracciones muy graves

Se consideran infracciones muy graves:

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



Notas de vigencia

Letra c) modificado por [art. 4.19](#) de [Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Artículo 55. Reincidencia

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

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

Artículo 56. Prescripción de las infracciones

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

Artículo 57. Tipo de sanciones

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

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

Artículo 58. Sanciones aplicables

Las sanciones aplicables para las infracciones serán las siguientes:

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

Artículo 59. Procedimiento sancionador y órganos competentes

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

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

Artículo 60. Multas coercitivas

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

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

Artículo 61. Graduación de las sanciones

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

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

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

Artículo 62. Medidas cautelares

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

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

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

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

Artículo 63. Prescripción de las sanciones

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

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

DISPOSICIONES TRANSITORIAS.

Primera. Vigencia de normas reglamentarias

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

Segunda. Suspensión temporal de las solicitudes de licencias comerciales específicas

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

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

**Notas de vigencia**

Suprimida por [art. 4.20 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Tercera. Defensa de la competencia en la distribución comercial

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

**Notas de vigencia**

Suprimida por [art. 4.20 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841.](#)

Cuarta. Licencia comercial de Medianos establecimientos comerciales

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

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

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

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

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

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

5. Solicitud de la licencia comercial de medianos establecimientos.

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

establecimientos comerciales de carácter colectivo.

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

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

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

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

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

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

–Informe del correspondiente Ayuntamiento.

–Informe del Consejo Castellano y Leonés de Comercio.

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

7. El titular de la Consejería competente en materia de comercio, a la vista de todo lo anterior, resolverá sobre la concesión o no de la licencia comercial de medianos establecimientos en un plazo de 6 meses, contados desde el día en que se haya recibido en la citada Consejería toda la documentación prevista en el apartado 5.b).

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

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



Notas de vigencia

Suprimida por [art. 4.20 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

Quinta. Régimen de horarios comerciales

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

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



Notas de vigencia

Suprimida por [art. 4.20 de Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre LCyL\2009\841](#).

**DISPOSICIÓN DEROGATORIA.**

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

DISPOSICIONES FINALES.**Primera.**

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

Segunda.

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