

LEY 3/2002, DE 9 MAYO. COMERCIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA

EL PRESIDENTE DE LA JUNTA DE EXTREMADURA

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

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

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

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

El Estatuto de Autonomía de Extremadura, tras su reforma de 6 de mayo de 1999, concede en su artículo 7.1.33 competencia exclusiva a nuestra Comunidad Autónoma en materia de comercio interior, por lo que está legitimada para crear un marco jurídico propio contemplando toda la normativa que afecta al área comercial.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

entre la oferta y la demanda comercial que exista o se prevea en una zona determinada o en un sector específico.

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

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

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

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

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

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

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

TÍTULO I REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

SECCIÓN 1ª. Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 1. Objeto.

1. La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura, con el propósito

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

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

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

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

2. Se excluyen del ámbito de esta Ley:

a) El ejercicio de profesiones liberales.

b) La prestación de servicios bancarios o cualquier otro tipo de intermediación financiera, así como las operaciones sobre valores mobiliarios, seguros o transportes, cualquiera que sea el medio utilizado.

c) Los servicios de hostelería y restauración, espectáculos públicos y actividades recreativas, así como los establecimientos públicos relacionados con los mismos.

d) Los servicios de reparación, mantenimiento y de asistencia técnica.

e) Los suministros de agua, gas, electricidad y telecomunicaciones.

f) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción o en los centros cooperativos de recogida de producción.

g) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus propios talleres, ferias y mercados sectoriales.

h) La venta o alquiler de bienes inmuebles, la constitución de derechos reales sobre los mismos o el aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico.

i) Las ventas celebradas en pública subasta, que se regularán por su legislación estatal específica.

j) Los contratos a venta a plazo de bienes muebles, que se regirán por su legislación estatal específica.

k) Sin perjuicio de lo establecido en esta Ley, cualquiera otra actividad comercial que se halle regulada por su normativa específica o esté sometida a control por parte de los poderes públicos.

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

SECCIÓN 2ª. Actividad comercial

Artículo 3. Actividad comercial.

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

2. La actividad comercial se ejerce bajo el principio de libertad de empresa en el marco de la economía de mercado y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 38 de la Constitución

Artículo 4. Actividad comercial minorista.

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

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

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

Artículo 5. Actividad comercial mayorista.

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

2. El ejercicio de la actividad comercial mayorista de manera simultánea al minorista, dentro de un mismo establecimiento comercial, estará sometido a los preceptos de

aplicación previstos en esta Ley para el comercio minorista, salvo que se realicen ambas actividades comerciales de forma inequívocamente diferenciada.

Artículo 6. Ejercicio de la actividad comercial.

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

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

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO II REGISTROS

Artículo 7. Creación de Registros.

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

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

-Registro de Franquiciadores.

-Registro de Comerciantes Ambulantes.

-Registro de Empresas de Venta a Distancia.

-Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial.

Artículo 8. Registro de Franquiciadores.

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

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

Artículo 9. Registro de Empresas de Venta a Distancia.

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

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

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

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

Artículo 10. Registro de Comerciantes Ambulantes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO III VENTAS ESPECIALES

Artículo 12. Ventas a distancia.

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

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

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

a) La venta automática.

b) Los contratos celebrados con los operadores de comunicaciones que tengan por objeto la utilización de teléfonos públicos.

c) Los contratos celebrados para la construcción y venta de bienes inmuebles y aquellos que se refieran a otros derechos relativos a bienes inmuebles.

d) Los contratos celebrados en subastas.

4. Todas las ofertas de venta a distancia incluirán:

a) La identidad del vendedor, el domicilio del mismo, el número de inscripción en el Registro de Empresas de Venta a Distancia y cualquier dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.

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

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

d) El coste de la utilización del medio de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Artículo 13. Comercio electrónico.

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

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

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

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

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

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

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

Artículo 14. Venta no sedentaria o ambulante.

1. Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados y en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda.

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

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

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

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

c) Poseer la preceptiva autorización municipal.

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

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

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

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

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

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

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

c) Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.

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

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

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

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

8. Con arreglo a la normativa de régimen local reguladora de esta actividad comercial, los Ayuntamientos ejercerán las funciones de vigilancia, control e inspección de esta modalidad de venta y, en particular, sobre los siguientes extremos:

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

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

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

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

e) Régimen de autorizaciones.

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

Artículo 15. Venta domiciliaria.

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

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

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

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

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

a) La identificación y domicilio de la empresa.

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

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

6. Sin perjuicio de lo anterior, de acuerdo con lo establecido en la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre contratos celebrados fuera de establecimientos mercantiles, el contrato u oferta contractual deberá especificar en caracteres destacados e inmediatamente encima del lugar reservado para la firma del consumidor, una referencia clara y precisa al derecho de éste a revocar el consentimiento otorgado y a los requisitos y consecuencias de su ejercicio, en especial, que puede ejercitarse hasta pasados 7 días desde la recepción, que no es necesario alegar causa alguna y que no está sujeta a forma alguna, incumbiendo la prueba de la existencia del contrato al consumidor.

Artículo 16. Venta automática.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

c) Llevar claramente expuesto:

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

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

-Exponer claramente la instrucciones para la obtención del producto.

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

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

CAPÍTULO IV MODALIDADES DE VENTAS

SECCIÓN Iª. Ventas promocionales

Artículo 17. Concepto.

1. Se considera como venta promocional la actividad comercial de oferta y realización de venta en condiciones más ventajosas para los compradores que las habituales.
2. Tendrán la consideración de ventas promocionales, las ventas en rebaja, ventas en liquidación, ventas de saldos, ventas en promoción limitada en número, ventas con obsequio y ventas a precio reducido.

Artículo 18. Requisitos generales.

1. Los productos ofertados en cualquiera de las modalidades de venta en promoción deberán tener las mismas características, salvo lo que se establece en esta Ley en la modalidad de venta de saldo y someterse a las mismas condiciones contractuales, en especial, en lo referente a los medios de pago, que las existentes con anterioridad al período de vigencia de la actividad promocional. No obstante, de no admitirse algún medio de pago durante el período de promoción, deberá publicitarse expresamente esta circunstancia con idénticas dimensiones y en el mismo lugar en el que se anunciara la aceptación de los diversos medios de pago.
2. Las ventas promocionales deberán ir precedidas o acompañadas de información al comprador que, como mínimo, contendrá el producto objeto de promoción, sus características, el precio y las fechas de inicio y término de la oferta.
3. El comerciante deberá disponer de existencias suficientes de los productos ofertados para satisfacer la demanda previsible, salvo que se trate de una venta en liquidación, de saldos o de una promoción limitada en número.

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

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

4. Cuando la venta promocional no comprenda, al menos, la mitad de los productos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.
5. Siempre que exista coincidencia entre la puesta a disposición del comprador de productos en promoción y de productos fuera de ésta, deberán figurar perfectamente separados e identificados. Igualmente, si dentro de un mismo establecimiento, existen productos ofertados bajo las distintas modalidades de venta en promoción reguladas

en la presente Ley, deberán diferenciarse claramente aquellos que se encuentran incluidos bajo una u otra modalidad.

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

Artículo 19. Información del precio de promoción.

1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido.

2. Se considera precio anterior el existente el día inmediatamente anterior al de inicio del período promocional, siempre que se haya mantenido invariable, al menos, con 30 días de antelación a esta fecha.

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

4. En el caso de que el producto en promoción sea puesto a la venta por primera vez, junto al precio de oferta figurará el precio futuro, entendiéndose por tal el precio existente el día inmediatamente posterior al de finalización de la promoción, siempre que el mismo se mantenga, al menos, durante los 30 días siguientes a esta fecha.

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

Artículo 20. Venta en rebajas.

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

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

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

4. Anualmente, la Consejería competente en materia de comercio, oído el Consejo de Comercio previsto en la presente Ley, determinará los dos períodos concretos en que puedan realizarse las ventas en rebajas, sin que ninguno de ellos pueda exceder de dos

meses. Dentro de éstos, cada comerciante, con una duración mínima no inferior a una semana, podrá fijar libremente la extensión de las mismas.

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

Artículo 21. Venta de saldos.

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

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

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

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

Ap. 1, «o cualesquiera otras circunstancias que afecten a su naturaleza o a su utilidad» suprimido por disp. adic. 14.1 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

Artículo 22. Venta en liquidación.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Artículo 23. Ventas con promoción limitada en número.

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

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

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

Artículo 24. Ventas con precio reducido.

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

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

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

Artículo 25. Venta con obsequio.

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

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

2. Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, serán de estricto cumplimiento por quien hace la venta y deberán constar en el envoltorio o envase de que se trate o, en su defecto, constar en acta notarial con anterioridad al inicio de la promoción, siendo obligatoria la publicación de los ganadores en un medio de difusión apropiado al ámbito de la promoción.

Si el alcance de la promoción superase el ámbito local o el provincial, la relación de los ganadores deberá ser publicitada en un medio de comunicación provincial o regional, respectivamente.

Estarán exoneradas de este deber aquellas promociones que superen el ámbito regional, que se regularán por la normativa estatal correspondiente.

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

SECCIÓN 2ª. **Ventas prohibidas**

Artículo 26. Venta con pérdida.

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

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

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

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

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

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

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

No obstante lo anterior, el comerciante podrá reparar la factura original en un plazo de tiempo no superior a veinticinco días desde su remisión. En tal caso, el emisor dispondrá de un plazo de 10 días más para la subsanación y remisión de la factura rectificada.

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

Artículo 27. Venta en pirámide.

1. Queda expresamente prohibida la venta en pirámide.

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

CAPÍTULO V HORARIOS COMERCIALES

SECCIÓN I^a

. Establecimientos con régimen general de horarios

Artículo 28. Horario en días laborables.

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

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

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

Ap. 2 derogado por disp. adic. 14.7 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

Artículo 29. Publicidad de horarios.

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

Artículo 30. Actividad en domingos y festivos.

1. Los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial minorista, excepto para los establecimientos indicados en el artículo 31.

2. No obstante lo anterior, la Consejería competente en materia de comercio, oído el Consejo de Comercio previsto en la presente Ley, determinará los domingos y festivos en los que, con un máximo de ocho días al año, los establecimientos comerciales minoristas podrán permanecer abiertos al público. El horario en domingos y festivos, en ningún caso, excederá de doce horas diarias.

3. Las Corporaciones Locales, por acuerdo de pleno y previa notificación a la Consejería competente en materia de comercio antes del 31 de diciembre del año anterior, podrán determinar, a su criterio y conveniencia, dos de los domingos o festivos autorizados para la apertura al público.

A falta de notificación se entenderá como tales, para cada municipio, las dos fiestas locales determinadas anualmente por el Calendario Laboral Oficial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Modificado por disp. adic. 14.2 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

SECCIÓN 2ª. Establecimientos exceptuados del régimen general de horarios

Artículo 31. Establecimientos con libertad horaria.

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

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

b) La venta exclusiva de productos culturales, entendiéndose como tales los libros en soporte escrito o informático, la música de cualquier formato, periódicos, revistas, instrumentos musicales, cintas de vídeo, sellos, monedas, medallas conmemorativas, billetes para coleccionistas, artículos de dibujo y bellas artes, obras de arte, antigüedades, recuerdos y de artesanía popular, así como todos aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales.

2. También tendrán plena libertad horaria, las tiendas de conveniencia, entendiéndose como tales aquellas que, con una extensión útil no superior a 500 metros cuadrados,

permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos y vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.

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

3. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos de venta de reducida dimensión distintos de los indicados en los apartados anteriores, que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 metros cuadrados.

Ap. 3 añadido por disp. adic. 14.3 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

Artículo 32. Zonas de afluencia turística.

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

2. En estas zonas, los establecimientos comerciales minoristas tendrán plena libertad de apertura al público.

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

Ap. 2 modificado por disp. adic. 14.4 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

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

1. El régimen de libertad horaria contemplado en el apartado 3 del artículo 31 no será de aplicación a los establecimientos comerciales pertenecientes a grupos de distribución.

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

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

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

3. No obstante, los establecimientos comerciales pertenecientes a grupos de distribución se asimilarán a los que disfruten de plena libertad horaria cuando dichos grupos tengan la consideración de pequeña y mediana empresa comercial según la legislación vigente.

Ap. 1 modificado por disp. adic. 14.5 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

(Ap. 3 modificado por disp. adic. 14.5 de Ley 9/2004, de 27 diciembre)

SECCIÓN 3ª.

Establecimientos con venta de bebidas alcohólicas

Artículo 34. Limitación de venta de bebidas alcohólicas.

En lo referente a la limitación de venta de bebidas alcohólicas, se estará a lo dispuesto en la Ley 2/2003, de 13 de marzo, de la Convivencia y el Ocio de Extremadura.

Modificado por disp. adic. 14.6 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

TÍTULO II

ORDENACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES

CAPÍTULO I

LOS EQUIPAMIENTOS Y ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Artículo 35. Definiciones.

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

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

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

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

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

a) 2.000 m², en localidades con una población superior a 50.000 habitantes.

b) 1.500 m², en localidades con una población comprendida entre 10.000 y 50.000 habitantes.

c) 750 m², en localidades con una población inferior a 10.000 habitantes.

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

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

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

Artículo 36. Ordenación de las estructuras comerciales.

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

CAPÍTULO II LA LICENCIA COMERCIAL ESPECÍFICA

Artículo 37. Supuestos de exigencia.

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

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

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

a) Traslado de la gran superficie comercial.

b) Cambio de actividad o de uso comercial.

c) Cambio de titularidad del explotador.

d) Cambio de titularidad del promotor antes del inicio de la actividad para la cual se obtuvo.

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

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

Artículo 38. Solicitud de la licencia comercial específica.

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

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

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

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

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

CAPÍTULO III

PLANES DE ORDENACIÓN DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

Artículo 39. Objeto y ámbito.

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

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

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

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

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

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

Artículo 40. Aprobación y vigencia.

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

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

Artículo 41. Áreas de saturación comercial.

1. Si a partir del balance que se obtenga en la elaboración de un Plan de Ordenación de Equipamientos Comerciales, se dedujera la existencia, en un determinado ámbito

territorial o sectorial, de un desequilibrio en el balance comercial, la Consejería competente en materia de comercio podrá declarar la entidad geográfica de que se trate como área de saturación comercial.

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

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

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

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

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

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

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

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

Ap. 3 b) levantada la suspensión de vigencia y aplicación por fallo de Providencia de 28 enero 2003

TÍTULO III FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Artículo 42. Principios y objetivos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

TÍTULO IV CONSEJO DE COMERCIO DE EXTREMADURA

Artículo 43. Creación y funciones.

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

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

Artículo 44. Composición.

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

a) La Junta de Extremadura.

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

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

d) Las Cámaras de Comercio e Industria de Extremadura.

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

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

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

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

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

TÍTULO V RÉGIMEN SANCIONADOR

CAPÍTULO I INFRACCIONES

Artículo 45. Concepto y clasificación.

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

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

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

Artículo 46. Responsabilidad.

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

Artículo 47. Infracciones leves.

Se considerarán infracciones leves:

- a) No exhibir la necesaria autorización u homologación en la forma legal o reglamentariamente establecida.
- b) El incumplimiento de la obligación de información al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en lugar visible del mismo.
- c) La realización de actividades comerciales en horario mayor al autorizado.
- d) La venta de productos distintos a los permitidos en los establecimientos comerciales exceptuados del régimen general de horarios.
- e) La venta de bebidas alcohólicas fuera del horario permitido.
- f) La conducta obstruccionista a la práctica de comprobaciones e inspecciones de las autoridades o sus agentes y del personal al servicio de la Consejería con competencia en materia de comercio.
- g) El suministro de información inexacta o incompleta.
- h) El incumplimiento de la obligación de inscripción en los registros establecidos en esta Ley.
- i) La no tenencia de hojas de reclamaciones a disposición del público, o la omisión del deber de facilitarlas a quien las solicite.
- j) El incumplimiento del régimen de desistimiento establecido en el artículo 15.6 de esta norma.
- k) Cualquier otra acción u omisión que resulte contraria a la presente Ley siempre que no pueda ser calificada como grave o muy grave.

Letra e) derogada por disp. derog. única.c) de Ley 2/2003, de 13 marzo

Artículo 48. Infracciones graves.

Se considerarán infracciones graves:

- a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y por el personal al servicio de la Consejería con competencia en materia de comercio, en el ejercicio de sus funciones de comprobación, cuando sean reiteradas o se ejerzan mediante acciones o expresiones que lesionen la dignidad de las personas o con violencia física.
- b) El incumplimiento del requerimiento sobre cese de conductas o actividades infractoras.

- c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
- d) La falta de entrega por los comerciantes a los proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria en los supuestos y plazos contemplados en el artículo 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- e) Las ofertas de ventas a distancia y a domicilio sin la inclusión o suministro de los datos legalmente exigibles.
- f) La realización de actividades o prácticas promocionales sin ajustarse a las prescripciones legales o calificándolas indebidamente.
- g) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de la oferta.
- h) Elevar durante el período de duración de la venta en promoción el precio o reducir la calidad del producto ofertado.
- i) La oferta y realización de ventas con pérdida según lo previsto en esta Ley.
- j) La oferta y realización de operaciones comerciales en pirámide.
- k) La apertura de los establecimientos comerciales en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales para aquellos no exceptuados del régimen general de horarios definido en esta Ley.
- l) El ejercicio de actividades comerciales sin disponer de la preceptiva licencia comercial específica prevista en esta Ley.
- m) Las infracciones leves, cuando causen perjuicio de carácter económico.
- n) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

Artículo 49. Infracciones muy graves.

Se considerarán infracciones muy graves:

- a) Aquellas que, siendo calificadas como graves, hayan provocado un grave riesgo para la salud y seguridad de las personas, siempre que no constituyan delito, o hayan supuesto una facturación superior a quinientos mil euros.
- b) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 50. Reincidencia.

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

CAPÍTULO II

SANCIONES

Artículo 51. Medidas cautelares.

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

Artículo 52. Sanciones Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas con multa cuya cuantía se establecerá de acuerdo con la siguiente graduación:

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

Artículo 53. Sanciones accesorias.

La autoridad competente para resolver el procedimiento podrá acordar en la propia resolución, como sanción accesoria a las infracciones muy graves, el decomiso de las mercancías indebidamente comercializadas y el cierre del establecimiento comercial por un período máximo de 3 años.

Artículo 54. Graduación de las sanciones.

Las sanciones se graduarán especialmente en función del volumen de la facturación a la que afecte, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción y reincidencia.

Artículo 55. Publicidad de las sanciones.

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

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

- I. a) Las infracciones y sanciones reguladas en la presente Ley prescribirán a los tres años las calificadas de muy graves, a los dos años las calificadas de graves y a los seis meses las calificadas de leves.

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

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

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

Artículo 57. Órganos competentes.

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

a) El Jefe de Servicio con competencias en materia de comercio, para las infracciones leves.

b) El Director General que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, para las graves cuya cuantía no supere los 25.000 euros.

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

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

Artículo 58. Procedimiento sancionador.

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

CAPÍTULO III COMPETENCIAS INSPECTORAS Y PROCEDIMIENTO

Artículo 59. Personal de la Inspección de Comercio.

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

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

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

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

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

Artículo 60. Funciones inspectoras.

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

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

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

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

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

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

Artículo 61. Actuaciones de los Inspectores.

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

a) Visitas a los establecimientos comerciales objeto de inspección.

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

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

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

Artículo 62. Contenido de las Actas.

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

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

Artículo 63. Obligaciones y derechos de los inspeccionados.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

DISPOSICIÓN ADICIONAL.

Primera.

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

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

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

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

-3 euros por metro cuadrado de superficie de actuación proyectada.

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

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

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

Segunda.

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

Tercera.

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

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

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

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

Disposición transitoria única.

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

Disposición derogatoria única.

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

DISPOSICIONES FINALES.

Primera.

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

Segunda.

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

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

Párr. 2º derogado por disp. adic. 14.7 de Ley 9/2004, de 27 diciembre

