

de 14.843,16 millones de pesetas, lo ejecutará la Administración Autonómica. Tal modificación supone incrementar la parte correspondiente a esta última Administración en 6.535,49 millones de pesetas, de los cuales 1.600 millones de pesetas se ejecutarán en 1998 y el resto, 4.935,49 millones de pesetas, durante 1999.

El esfuerzo inversor suplementario a realizar por la Consejería de Agricultura y Medio Ambiente se concretará durante 1998 en las siguientes partidas de gasto: Artículo 61, por importe de 1.350.000.000 de pesetas, para programas de «Lucha contra la erosión y la desertificación», «Protección de la cubierta vegetal», «Desarrollo y aprovechamiento de bosques en zonas rurales», y artículo 62, por importe de 250.000.000 de pesetas, destinados a la «Conservación de la biodiversidad», «Espacios naturales y vida silvestre».

Para permitir que la Consejería de Agricultura y Medio Ambiente de Castilla-La Mancha realice dentro del presente ejercicio 1998 un volumen de inversiones superior al inicialmente previsto en los Presupuestos Generales de Castilla-La Mancha aprobados para 1998, se hace necesario suplementar aquellas partidas de gasto a las que deberán imputarse estas inversiones mediante la concesión, a través de la presente Ley, de un suplemento de crédito, todo ello de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley 6/1997, de 10 de julio, de Hacienda de Castilla-La Mancha.

En lo referente a los recursos que han de financiar estos mayores gastos, al tratarse de actuaciones incluidas en el Programa Operativo del FEOGA-Orientación, se obtendrá una cofinanciación del 70 por 100 de los gastos realizados. No obstante, por la mecánica habitual de recepción de estos ingresos y debido a lo avanzado del año no es previsible que la recaudación de los mismos se produzca dentro del ejercicio 1998. Por ello, adoptando una postura de lógica prudencia, se ha considerado más adecuado financiar el mayor gasto con cargo al remanente de tesorería de ejercicios anteriores.

Artículo 1.

Se concede un suplemento de crédito al presupuesto de gastos vigente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por importe de 1.600.000.000 de pesetas, con la siguiente aplicación:

Sección 21: Consejería de Agricultura y Medio Ambiente.

Programa 523: Ordenación y conservación del medio ambiente.

Órgano gestor 06: Dirección General del Medio Ambiente Natural.

Artículo 61. Inversiones de reposición: Importe: 1.350.000.000 de pesetas.

Artículo 62. Otros proyectos de inversión nueva: Importe: 250.000.000 de pesetas.

Artículo 2.

La financiación de este suplemento de crédito se realizará con cargo a remanentes de tesorería del ejercicio anterior, aplicación:

21.02.00000.870. Remanente de Tesorería: 1.600.000.000 de pesetas.

Disposición final.

La presente Ley entrará en vigor al día siguiente a su publicación en el «Diario Oficial de Castilla-La Mancha. Toledo, 7 de octubre de 1998.

JOSÉ BONO MARTÍNEZ,
Presidente

994 LEY 7/1998, de 15 de octubre, de Comercio Minorista de Castilla-La Mancha.

Las Cortes de Castilla-La Mancha han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Una de las novedades que la Ley Orgánica 3/1997 ha introducido en el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, en su artículo 31.11, ha sido la inclusión de la ordenación del comercio interior en el catálogo de competencias exclusivas de la Junta de Comunidades. La asunción de esta competencia, junto a la establecida en el artículo 32.6, relativa a la defensa de los consumidores y usuarios, no sólo permite atender a las diversas remisiones que la Ley Estatal 7/1996 hace a las Comunidades Autónomas, sino también diseñar una política propia de ordenación de comercio, en todas aquellas materias en las que la propia regulación estatal se declaraba meramente supletoria o de simple ordenación básica.

No toda la problemática abordada en la legislación estatal puede y debe ser objeto de consideración por una normativa legal regional. La Ley de Ordenación del Comercio de Castilla-La Mancha ha pretendido satisfacer aquellas demandas del sector (comerciantes y consumidores) que pudieran ser resueltas en el contexto de una regulación regional que respondiera a problemas realmente sentidos en su ámbito y resultaran controlables desde la actuación administrativa de las instituciones autonómicas. Se ha evitado ofrecer regulaciones a instituciones de escasa referencia en el contexto social de la Región o cuya regulación desde instancias regionales tuviera el efecto de compartimentar el mercado nacional o pudiera cuestionar su misma eficacia, dada la imposibilidad de aplicar extraterritorialmente las propias normas regionales más allá del espacio geográfico de Castilla-La Mancha. Esta prudencia se aprecia en la moderación que esta Ley se ha impuesto a la hora de regular las ventas especiales o las diversas modalidades promocionales. Dada la especial ubicación de la Región en la geografía nacional y la existencia de evidentes flujos comerciales con las Comunidades Autónomas vecinas, se ha evitado también incurrir en el error de proponer una regulación rígida o restrictiva que, en definitiva, incrementara aquellos flujos comerciales en detrimento de los intereses y de la actividad económica del sector comercial en la Región.

Es también un rasgo característico de esta Ley el de haber realizado o intentado realizar una razonable ponderación entre la importancia de los intereses implicados en la regulación y los costes eventuales de una normativa excesivamente interventora. Una Ley que exigiese altos costes administrativos para asegurar su efectividad estaría condenada seguramente al fracaso desde su nacimiento. Por eso, la Ley ha evitado, entre otras cosas, crear instancias consultivas de carácter permanente, complicados procedimientos de autorización o costosos y escasamente útiles registros administrativos; instituciones todas que, lastrando la ductilidad que requiere toda la actuación administrativa en este sector, sólo servirían para gravar el desarrollo de la libre actividad comercial e incrementar los costes de funcionamiento de la Administración Pública.

Se crea y se regula pormenorizadamente la licencia comercial específica para grandes establecimientos comerciales. Se ha mantenido un concepto único de gran establecimiento comercial y se han concretado y perfeccionado los criterios de concesión o denegación de la licencia, con objeto de disminuir la discrecionalidad y garantizar el ejercicio del derecho a la libertad de empresa. La licencia comercial se configura como previa a las licencias municipales y su tramitación se somete al abono de una tasa específica para desincentivar ope-

raciones puramente especulativas. También se ha procurado establecer un mecanismo eficaz que permita identificar desde el inicio del procedimiento a la empresa que explotará comercialmente la gran superficie.

En materia de horarios comerciales se ha mantenido básicamente la regulación existente. Pero se delimita con más precisión la libertad de horarios en zonas turísticas y se establece un régimen de plena libertad para la venta de productos típicos y artesanales.

La regulación de las prácticas promocionales se caracteriza por crear un régimen administrativo de control, que se ha de desarrollar paralelamente a la ordenación jurídica privada del derecho de la competencia. Se han aprovechado las posibilidades abiertas por la legislación estatal para incrementar la protección de los competidores y consumidores, sin incurrir en gravámenes irrazonables a los agentes económicos y se ha utilizado el título competencial autonómico para superar alguna rigidez advertida en la aplicación de la legislación estatal.

Se regula la autorización autonómica de ventas especiales que, además de las previstas en la Ley estatal, se extiende a las ventas fuera de los establecimientos mercantiles, a que se refiere la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, que incorpora al Derecho español la Directiva del Consejo de las Comunidades Europeas, número 85/577, de 20 de diciembre. Pero no se grava a los agentes económicos con la imposición de especiales obligaciones de registro. De las ventas a las que se refiere la Ley Estatal sólo se han regulado aquellas que efectivamente tengan implantación en la sociedad castellano-manchega y planteen problemas de afectación al interés público regional más allá de la incidencia propia en los intereses jurídicos privados entre contratantes. Pero se respeta enteramente la regulación estatal de la venta a distancia o la venta en pública subasta. No se contiene en la Ley ninguna regla relativa a las franquicias, pues, dada la internacionalización de las distribuciones comerciales basadas en la marca, sería contraproducente e ineficaz cualquier intento de regulación regional.

Se han tipificado las infracciones de forma que se eviten cláusulas vagas o generales que puedan redundar en desprotección o inseguridad de los administrados y se han perfeccionado los instrumentos de tutela administrativa que, distintos de las sanciones propiamente dichas, hagan posible una eficaz y rápida protección de los intereses públicos implicados en la regulación del comercio minorista.

TÍTULO I

De la actividad comercial

CAPÍTULO I

Del comercio minorista

Artículo 1. *Objeto de la Ley y ámbito de aplicación.*

1. El objeto de la presente Ley es establecer el régimen jurídico del comercio minorista en Castilla-La Mancha, en el ejercicio de las competencias que corresponden a la Junta de Comunidades.

2. Las prescripciones contenidas en la presente Ley no se aplicarán a la actividad comercial mayorista ni a la prestación de servicios, salvo previsión en contrario de esta Ley.

3. La actividad comercial mayorista no podrá ejercerse simultáneamente con la minorista en el mismo establecimiento, salvo que se mantengan debidamente diferenciadas y se respeten las normas específicas aplicables a cada una de estas modalidades de distribución.

CAPÍTULO II

Establecimientos comerciales

Artículo 2. *Establecimientos comerciales.*

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales y construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, cubiertos o sin cubrir, que estén destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, de forma continuada o periódica, aunque no tengan escaparates o exposición al público.

2. Fuera de los casos legalmente previstos, no se podrá practicar la actividad comercial fuera de los establecimientos comerciales.

3. No tendrán la naturaleza de establecimientos comerciales los establecimientos en los que los profesionales presten servicios destinados al público y, en general, donde no se pongan a disposición de la clientela bienes muebles para su uso o consumo.

Artículo 3. *Grandes establecimientos comerciales.*

1. Tendrán la consideración de gran establecimiento comercial los establecimientos individuales dedicados al comercio minorista, polivalente o especializado, que tengan una superficie útil para venta y exposición de productos superior a los 2.000 metros cuadrados, estén o no integrados en un establecimiento de carácter colectivo.

2. Se entiende por superficie útil para la exposición y venta de artículos aquella en que se expongan los productos, habitual u ocasionalmente, así como los espacios destinados al tránsito de personas y a la presentación, dispensación y cobro de los productos. No se computarán los aparcamientos ni los lugares exteriores en los que no se expongan productos para su venta.

3. Quedan excluidos del concepto de gran establecimiento:

Los mercados mayoristas.

Los centros comerciales en los que los distintos establecimientos estén previstos para su explotación en forma empresarialmente independiente, sin perjuicio de que los establecimientos comerciales radicados en ellos puedan merecer la calificación de gran establecimiento.

Los mercados municipales, con la misma condición expuesta en el párrafo anterior.

CAPÍTULO III

Licencia comercial específica

Artículo 4. *Supuestos de sujeción.*

1. Están sujetos a la obtención de licencia comercial específica, en las condiciones establecidas en este capítulo, la apertura o traslado de un gran establecimiento comercial.

2. Esta licencia será otorgada por la Consejería competente en materia de comercio y será previa a la concesión del resto de las licencias municipales de construcción o apertura de establecimientos comerciales.

3. Estarán sujetas igualmente a licencia comercial específica:

a) La ampliación de establecimientos comerciales, cuando lleguen a superar los 2.000 metros cuadrados.

b) La ampliación de un gran establecimiento ya existente, que supere el 10 por 100 de la superficie de exposición y venta inicial, y toda ampliación sucesiva, aunque no alcance el porcentaje referido.

c) La modificación de la actividad o sector del comercio a que se dedique un gran establecimiento comercial autorizado.

d) La reapertura de un gran establecimiento que haya permanecido cerrado por más de un año.

4. No se podrá ceder intervivos la licencia antes de la apertura del establecimiento sin autorización previa de la Consejería competente en materia de comercio, salvo que se trate de fusión o absorción de la empresa peticionaria por un tercero. En todo caso, el cesionario quedará subrogado en los compromisos contraídos por el cedente con la Administración Regional.

5. Cualquier cambio en la titularidad de un gran establecimiento deberá ser comunicado a las Administraciones Regional y Local.

Artículo 5. Vigencia de la licencia comercial específica.

1. La licencia comercial prevista en este capítulo tendrá carácter indefinido.

2. No obstante lo anterior, la licencia caducará si a los seis meses no se han iniciado las obras o a los dieciocho meses no ha comenzado la actividad comercial, contados a partir del día siguiente a la notificación de su concesión, salvo prórroga otorgada por la Consejería competente en materia de comercio por causa justificada. La prórroga se concederá por un período no superior a los seis meses y no podrá ser renovada.

3. El inicio de las obras y el comienzo de la actividad deberán ser notificados a la Consejería competente en materia de comercio. Para acreditar el inicio de la obra se requerirá certificación del director facultativo de aquélla.

Artículo 6. Contenido de la solicitud y documentación exigida.

1. La solicitud de licencia comercial específica deberá dirigirse al Consejero competente en materia de comercio por cualquiera de los medios admitidos en la legislación general.

2. En la solicitud se harán constar los datos personales del solicitante, si se trata de una persona física, o los datos de la entidad y los personales de su representante legal, si se trata de una persona jurídica, y, en ambos casos, se señalará domicilio a efectos de notificaciones.

3. A la solicitud se acompañará, por duplicado, la siguiente documentación:

A) Documentación acreditativa de la identidad y representación del promotor:

a) Si el solicitante es una persona física: Fotocopia del documento nacional de identidad y del número de identificación fiscal o documentos análogos a éstos si se trata de persona extranjera y, en su caso, representación que se ostenta.

b) Si el solicitante es una persona jurídica: Fotocopia del documento nacional de identidad del representante legal de la entidad, cuya representación podrá acreditarse mediante cualquiera de los medios admitidos en derecho.

Se aportarán, igualmente:

Fotocopia legalizada de las escrituras de constitución de la sociedad, con las modificaciones que se hayan producido, inscritas en el registro correspondiente.

Fotocopia de las cuentas anuales del último ejercicio, depositadas en el Registro Mercantil.

Fotocopia del código de identificación fiscal de la sociedad.

Certificación de estar al corriente en obligaciones tributarias y de Seguridad Social.

c) En todo caso, si el promotor es distinto de la empresa que explotará el establecimiento comercial aislado o integrado en un centro comercial, deberá identificar a este último, acreditando la representación de sus intereses y el poder suficiente para comprometerse en su nombre.

d) Certificación registral u otro documento público que pruebe que el solicitante ostenta sobre el terreno en cuestión un derecho que le permita emprender la edificación del establecimiento.

B) Carácter del suelo en que se pretende la implantación.—Certificado del Ayuntamiento relativo a la clasificación y calificación urbanística de los terrenos en que se pretende instalar el gran establecimiento, así como de la conformidad del proyecto con la ordenación urbanística vigente.

C) Caracteres del establecimiento comercial proyectado:

a) Descripción del tipo de establecimiento que se desea implantar, haciendo constar la superficie edificada total, la superficie útil para la exposición y venta de productos, así como la destinada al tránsito de personas, almacén y otros usos.

b) En el supuesto de tratarse de un establecimiento integrado en un centro comercial, se hará constar el número de locales de venta, su distribución y tamaño.

c) Superficie destinada a aparcamiento y número de plazas.

d) Anteproyecto técnico que recoja los planos de planta, alzado y secciones del establecimiento.

e) Plano de localización geográfica en el término municipal en el que se pretende instalar, su distancia al centro urbano y viarios de acceso de su entorno inmediato.

f) Presupuesto global del establecimiento proyectado, así como su desglose por capítulos.

D) Oferta comercial.—Descripción de los productos que se comercializarán en el nuevo establecimiento, las distintas secciones del mismo y servicios accesorios o secundarios ofrecidos a la clientela.

E) Compromisos:

a) Memoria descriptiva del empleo que se prevé generar, con indicación de la plantilla total del establecimiento y modalidades de contratación.

b) Calendario previsto para la realización del proyecto: Los compromisos que el promotor adquiera podrán incorporarse, en su caso, como condiciones de la licencia, cuyo incumplimiento posibilitará su revocación.

F) Informes.—El solicitante deberá aportar los siguientes informes, suscritos por profesionales no vinculados laboralmente a la empresa:

a) Informe de la viabilidad económica del proyecto, junto con un estudio de mercado con las previsiones de facturación.

b) Informe sobre el impacto económico del proyecto, destacando los efectos que ha de producir sobre los precios, el nivel y calidad de la oferta, el flujo comercial y las cuotas de mercado en el sector de la distribución, que resultarían de su implantación.

c) Informe de evaluación del impacto medioambiental del proyecto.

d) Informe de la incidencia del proyecto sobre la red vial, el tráfico y los servicios urbanos.

e) Informe de la incidencia del proyecto sobre el empleo en la zona.

G) Tasas.—El solicitante deberá acreditar haber abonado la tasa por la tramitación del expediente, en la forma que se determina en la Ley.

4. La Consejería competente en materia de comercio podrá exigir la presentación de documentos o datos complementarios cuando los suministrados resulten insuficientes.

Artículo 7. *Procedimiento.*

1. La Dirección General competente en la materia será el órgano encargado de instruir el procedimiento.

2. Una vez completada la documentación exigida en el artículo 6, la Dirección General solicitará informe del proyecto presentado al Ayuntamiento correspondiente. De igual manera, solicitará informe a la Cámara Oficial de Comercio e Industria de la provincia, a la Confederación Regional de Empresarios y organizaciones empresariales más representativas, a organizaciones de consumidores y usuarios, a la Federación Regional de Municipios y Provincias y a los Sindicatos más representativos. Podrá pedir, además, cuantos informes considere convenientes. Los informes serán evacuados en el plazo de quince días, transcurrido el cual sin haberse emitido se proseguirán las actuaciones.

Igualmente solicitará informe al Tribunal de Defensa de la Competencia. Si este informe no ha sido emitido en el plazo de un mes, se continuarán las actuaciones.

Al objeto de la emisión de los citados informes, la Dirección General remitirá a las organizaciones citadas un extracto del expediente objeto de informe, sin perjuicio del examen de la documentación necesaria que pueda solicitarse.

3. Con el fin de valorar los expedientes, se crea una Comisión Asesora formada por los Directores generales de Turismo, Comercio y Artesanía, Desarrollo Industrial, Consumo, Salud Pública, Urbanismo y Vivienda y Medio Ambiente Natural. Actuará como Secretario un funcionario de la Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía.

4. El Director general competente en materia de comercio remitirá el expediente a la Comisión Asesora, que, previo estudio del mismo, elevará propuesta al Consejero competente en esa materia.

Artículo 8. *Resolución.*

El Consejero resolverá en el plazo de seis meses a contar desde que hubiera quedado completada la documentación exigida en el artículo 6.

Artículo 9. *Criterios de concesión de la licencia comercial específica.*

Para conceder o denegar la licencia, se atenderá a los siguientes criterios:

a) La existencia o inexistencia de un equipamiento comercial adecuado a las necesidades de la población. En este aspecto se tendrá en cuenta:

La correlación existente entre el establecimiento comercial proyectado, en cuanto a superficie y tipo de instalación, y el lugar en que se pretende su implantación, considerando su área de influencia.

La existencia de flujos comerciales con otras Comunidades Autónomas.

b) Efectos del establecimiento proyectado sobre la estructura comercial de la zona.

En este aspecto se valorará:

El aumento de la competencia que pueda resultar de la implantación.

La integración de las empresas comerciales del área de influencia en la gran superficie que se pretende implantar.

Cualesquiera otras medidas de colaboración entre el gran establecimiento y las pequeñas empresas comer-

ciales que contribuya a minorar la repercusión social y económica del proyecto.

La influencia en los flujos comerciales con otras Comunidades Autónomas.

Los efectos de la implantación en el equilibrio regional.

c) Efectos de la implantación sobre el nivel y volumen de empleo.

En este aspecto se valorará: La creación de empleo que suponga la implantación del establecimiento, así como las características de los puestos de trabajo, en especial, su estabilidad y su contribución al mantenimiento, aumento o disminución del nivel de ocupación en el área de influencia.

d) Efectos de la implantación sobre la comercialización de productos regionales.

e) Impacto urbanístico y paisajístico sobre la zona. Se tendrán en cuenta especialmente:

La incidencia en la red viaria, la accesibilidad al establecimiento comercial y la dotación de aparcamiento y otros servicios.

Las características y la integración del establecimiento en el entorno urbano y su incidencia en el medio ambiente.

Artículo 10. *Eficacia de la licencia comercial específica.*

1. La licencia prevista en este capítulo es independiente de las licencias municipales y de apertura.

2. No podrá concederse licencia municipal en tanto no haya sido concedida la licencia comercial específica. Serán nulas las licencias municipales otorgadas en contravención a esta norma.

3. La Consejería competente por razón de la materia ordenará el cierre del establecimiento y cesación de la actividad de los grandes establecimientos que realicen actividad comercial sin la licencia comercial específica o contra los términos de la misma.

Artículo 11. *Tasa.*

1. La solicitud de la licencia comercial específica devengará una tasa equivalente a multiplicar por 500 pesetas cada metro cuadrado de superficie útil de exposición y venta del establecimiento proyectado.

2. Esta tasa deberá ser abonada con la solicitud correspondiente. La falta de pago de la tasa determinará la no iniciación del procedimiento.

3. En todo lo demás se estará a lo dispuesto en la legislación de tasas de Castilla-La Mancha.

TÍTULO II

Horarios comerciales

Artículo 12. *Horario de apertura.*

1. El horario de apertura de los establecimientos comerciales en días laborables será determinado libremente por cada comerciante. También será determinado libremente por cada comerciante el horario de apertura y cierre en los domingos o festivos en los que la apertura se halle autorizada.

2. El tiempo máximo de apertura semanal de los establecimientos comerciales en días laborables será de setenta y dos horas.

3. El tiempo máximo de apertura en domingo o festivo autorizado será de doce horas.

4. El comerciante expondrá, en lugar visible desde el exterior, el horario que haya decidido establecer.

Artículo 13. *Domingos y festivos.*

1. Los domingos y festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público serán ocho al año.

2. Los domingos y festivos de apertura serán determinados para cada período anual por la Administración Regional, antes del 15 de diciembre del año anterior, previa audiencia al Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de la Región, a la Confederación Regional de Empresarios y demás organizaciones empresariales y sindicales más representativas de la Región.

3. Una vez publicadas las fechas a las que hace referencia este artículo, cualquier Ayuntamiento podrá solicitar de la Consejería correspondiente la modificación de aquéllas para su término municipal. Esta solicitud, que deberá ser motivada y podrá realizarse a lo largo de todo el año, deberá ir acompañada de informes emitidos por la Cámara de Comercio e Industria de la provincia, por la Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha y organizaciones empresariales y sindicales más representativas. La Consejería resolverá en el plazo de diez días a contar desde que hubiera quedado completada la documentación exigida. Transcurrido dicho plazo sin resolución expresa, se considerará estimada la petición.

Artículo 14. *Libertad de horarios.*

1. Tendrán libertad para establecer los días y horas de apertura los establecimientos comerciales a los que se la conceda la legislación estatal aplicable. En estos establecimientos sólo podrán ofrecerse a la venta artículos para los que, en su caso, haya sido autorizada la libre apertura.

2. Gozarán de libertad de horario los establecimientos dedicados en exclusiva a la venta de productos típicos y productos de artesanía popular.

Artículo 15. *Zonas turísticas.*

1. Gozarán de libertad de apertura los establecimientos situados en zonas de gran afluencia turística.

2. La declaración de zona turística corresponderá a la Consejería competente en materia de comercio a propuesta de cada municipio interesado. La zona turística podrá comprender todo o parte del término municipal o todo o parte del núcleo urbano. Podrá, igualmente, declararse para todo el año o para un período determinado del mismo, pero no podrá discriminar entre tipos de establecimientos en función de su superficie o volumen de facturación.

3. El acuerdo municipal por el que se solicite la declaración de zona turística deberá tomarse por mayoría absoluta del Pleno de la Corporación y deberá justificar que, para el período y zona en que se solicita la declaración, la media ponderada anual de población es superior al número de residentes o se produce una gran afluencia de visitantes por motivos turísticos.

4. La Consejería resolverá la petición en el plazo de dos meses, después de oír a la Cámara de Comercio de la provincia, a las asociaciones de empresarios, de consumidores y a los sindicatos más representativos. Transcurrido este plazo sin resolución expresa, la petición se considerará estimada.

5. Si desaparecieran las causas que motivaron la declaración de zona turística, la Consejería podrá proceder a la renovación de la misma, previa audiencia de las organizaciones que se señalan en el número anterior.

TÍTULO III

Promociones de ventas

CAPÍTULO I

Normas generales

Artículo 16. *Actividades de promoción de ventas.*

1. Tendrán la consideración de actividades de promoción de ventas, las ventas en rebaja, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio, las ofertas de venta directa y cualesquiera otras ventas de promoción o con descuento o prima.

2. En todo lo no regulado en el presente título será de aplicación lo establecido en el título II de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que tendrá carácter supletorio.

Artículo 17. *Pertenencia previa al inventario.*

1. Para que pueda practicarse una promoción comercial es preciso que los artículos ofertados hubieren formado parte de las existencias previas del comerciante, sin que puedan ser adquiridos con el fin exclusivo de ser incluidos en aquellas promociones, salvo la promoción para lanzamiento de nuevos productos.

2. Lo dispuesto en este artículo se entiende sin perjuicio de lo específicamente establecido en el capítulo III de este título sobre establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos.

Artículo 18. *Medios de pago.*

El comerciante que practique cualquier tipo de venta promocional tendrá la obligación de informar al consumidor sobre los medios de pago admisibles en la misma, advirtiéndolo claramente en forma visible desde el exterior del establecimiento.

Artículo 19. *Concurrencia de promociones.*

1. Podrán concurrir en un mismo establecimiento la venta de saldos y la venta en rebajas, pero los artículos deberán estar debidamente separados, de forma que la diferencia de unos y otros sea fácilmente perceptible para el comprador.

2. No podrán practicarse simultáneamente en un mismo establecimiento rebajas y ventas en liquidación.

3. Está prohibida la realización de cualquier tipo de promoción comercial que, por las circunstancias en que se practica, genere confusión con otra modalidad de promoción distinta y sea susceptible, objetivamente, de provocar una elusión de las normas aplicables.

Artículo 20. *Duración de las promociones.*

1. En toda promoción o publicidad de promoción de ventas, el comerciante deberá contar con las existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible de los consumidores, salvo que se trate de una venta en liquidación.

2. En cualquier caso, se considerará que la promoción no satisface la demanda previsible si las existencias no son suficientes para atender la demanda originada durante un día completo de apertura comercial, sin perjuicio de lo dispuesto especialmente sobre la duración de las rebajas.

3. En los envases de los productos en que se promocionen regalos deberá indicarse la duración de la promoción.

4. En el supuesto anterior, el fabricante o el comerciante, en su caso, estarán obligados a la entrega de la prima si el consumidor adquirió el derecho a ella mientras los productos han estado expuestos a la venta, aunque hubiera caducado la promoción.

5. Fuera de las reglas anteriores y de lo dispuesto especialmente para la venta en rebajas, no será preciso que en la promoción se indique la duración de la misma.

Artículo 21. *Artículos promocionados.*

1. El comerciante no podrá limitar el número de unidades del producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador.

2. Tampoco podrá aplicar precios mayores o menores descuentos a medida que sea mayor la cantidad adquirida.

3. Cuando la oferta no sea suficiente para satisfacer toda la demanda, no se podrán establecer criterios discriminatorios de preferencias entre los compradores.

4. Cuando las promociones no alcancen a la mitad del inventario no podrán anunciarse como una medida general.

5. Los artículos promocionados deberán estar claramente separados del resto de los artículos y del resto de las promociones que puedan concurrir en el establecimiento.

Artículo 22. *Constancia del doble precio.*

Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la diferencia de precio de determinados productos respecto de los precios ordinarios anteriormente practicados obligará al comerciante a hacer constar en cada producto, dentro del establecimiento, el precio anterior y el precio actual.

Artículo 23. *Deberes de comunicación.*

De oficio o por denuncia de parte interesada, la Administración podrá exigir en todo momento al comerciante que demuestre la veracidad del precio anterior o la de cualesquiera otros datos que acrediten la veracidad de su oferta.

CAPÍTULO II

Rebajas

Artículo 24. *Prohibiciones.*

1. No podrá presentarse una promoción de ventas como rebajas si no se ofrecen a precio reducido al menos la mitad de los artículos existentes.

2. Tampoco podrán ofrecerse en rebajas artículos obsoletos, sin perjuicio de que se ofrezcan en el mismo establecimiento como saldos.

3. Igualmente, no podrán ofrecerse en rebajas artículos que no hubieran formado parte de la oferta habitual de ventas del establecimiento durante el mes anterior al inicio de las mismas, ni aquellos otros que hubieran sido objeto de cualquier tipo de promoción durante dicho período.

Artículo 25. *Período de rebajas.*

1. La Administración Regional fijará las fechas anuales de rebajas dentro de los períodos que al efecto establezca la legislación estatal aplicable, después de oír al Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria, a la Confederación Regional de Empresarios y organizaciones empresariales y sindicales más representativas.

2. Cada comerciante deberá exponer en el exterior de su establecimiento las fechas iniciales y finales de las rebajas. Deberán igualmente remitir a las Delegaciones Provinciales de la Consejería competente en materia de comercio una comunicación sobre las fechas elegidas para la práctica de las rebajas.

CAPÍTULO III

Saldos

Artículo 26. *Establecimientos en exclusiva.*

Sólo los establecimientos dedicados en forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldo.

Artículo 27. *Duración y localización.*

1. Todo comerciante podrá ofrecer venta de saldos de sus propios artículos, con carácter permanente, siempre que estén debidamente separados del resto de los artículos y del resto de las promociones.

2. El comerciante podrá practicar la venta de saldos en un establecimiento distinto del habitual.

Artículo 28. *Información.*

1. Los establecimientos dedicados a la práctica permanente y exclusiva de saldos deberán indicarlo claramente en el exterior.

2. Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados, deberá constar expresamente esta circunstancia, de forma que tales extremos sean susceptibles de ser identificados por el comprador.

CAPÍTULO IV

Liquidaciones

Artículo 29. *Información.*

1. No se podrá anunciar una venta en liquidación con antelación superior a una semana de la fecha de inicio de la misma.

2. El comerciante deberá indicar en el exterior del establecimiento la fecha de inicio de la venta en liquidación y las causas de la misma.

3. El comerciante que practique una liquidación deberá comunicar este hecho a la Consejería competente en materia de comercio con una antelación de diez días a su inicio efectivo, expresando la causa de la liquidación, la duración prevista y las mercancías ofertadas. Una copia de esta notificación deberá estar expuesta al público.

4. Si se liquidan productos deteriorados, se deberá advertir claramente esta circunstancia.

Artículo 30. *Duración.*

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

2. El comerciante podrá solicitar de la Consejería competente en materia de comercio una prórroga de un mes y siempre por causa justificada. Transcurridos quince días desde la entrada en Registro de la solicitud sin que haya recaído resolución expresa, la petición se entenderá concedida.

CAPÍTULO V

Ventas con descuento o prima

Artículo 31. *Promociones de productos.*

1. Cuando se promocióne un producto o servicio determinado, éstos no podrán ser de calidad distinta a los que posteriormente serán objeto de la venta ordinaria.

2. No podrán ofertarse como promociones de productos aquellos que estén deteriorados.

3. Lo dispuesto en este precepto no afectará a la regulación específica de las rebajas, saldos y liquidaciones.

Artículo 32. *Plazo de entrega de los regalos.*

Los bienes o servicios en que consistan los obsequios e incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo de tres meses desde que el comprador reúna los requisitos exigidos.

Artículo 33. *Prohibiciones y limitaciones.*

1. Todo sorteo, apuesta o concurso en que se exija al participante un desembolso inicial estará sujeto a la legislación del juego, salvo que el sorteo o concurso se ofrezca como prima con la compra de productos.

2. 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. Las bases de los sorteos o concursos deberán ponerse en conocimiento de los compradores o anunciarse que están depositadas notarialmente y no podrán ser modificadas durante el período de vigencia de la oferta.

TÍTULO IV

Ventas especiales

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 34. *Modalidades.*

1. Se consideran ventas especiales a efectos de la presente Ley las ventas a distancia, las ventas fuera del establecimiento mercantil reguladas en la Ley Estatal 26/1991, de 21 de noviembre, las ventas ambulantes, las ventas automáticas y las ventas en pública subasta.

2. Estas ventas estarán sometidas a autorización previa, que deberá ser otorgada por la Consejería competente en materia de comercio, salvo que esta Ley o la legislación estatal aplicable atribuyan esta competencia a otra Administración.

3. En todo lo no regulado en el presente título, se estará a lo dispuesto en el título III de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que tendrá carácter supletorio.

Artículo 35. *Autorización.*

1. Están sujetos a autorización de la Administración de la Comunidad Autónoma:

Las ventas a distancia en las que la propuesta de contratación se difunda por medios que abarquen sólo el territorio de la Comunidad Autónoma.

Las ventas fuera de establecimiento comercial permanente a las que se refiere la Ley 26/1991, siempre que la oferta al consumidor o la contratación del viaje organizado por el vendedor o un tercero, con ocasión del cual se realice la venta, tengan lugar en Castilla-La Mancha.

Las ventas automáticas.

Las ventas en pública subasta.

2. Las empresas que pretendan practicar cualquiera de las modalidades de venta enumeradas en el párrafo anterior deberán dirigir una solicitud a la Consejería competente en materia de comercio, en la que deberán acreditar:

Identificación del empresario, con la inscripción, en su caso, en el Registro Mercantil y la identificación fiscal.

Memoria explicativa de la actividad a realizar, relación de productos o servicios que configura su oferta, ámbito de actuación, establecimientos en Castilla-La Mancha y un domicilio en la Región en el que se reciban y atiendan las reclamaciones.

Certificación de encontrarse al corriente en sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social.

Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y al corriente de pago.

El cumplimiento de los requisitos reglamentariamente exigidos para cada producto o servicio o las autorizaciones adicionales exigidas para la práctica de cada tipo de venta.

La relación de vendedores y su identificación, en el caso de ventas sometidas a la Ley 26/1991.

Las condiciones generales que la empresa subastadora imponga en sus relaciones con propietarios y licitadores, en el caso de venta en pública subasta.

3. La autorización se entenderá concedida si no se ha dictado resolución expresa en el plazo de un mes a contar desde la entrada de la solicitud en el Registro o desde que se completó la documentación requerida.

4. Sólo podrá denegarse la autorización requerida si no se acredita alguno de los requisitos anteriormente expuestos.

5. Los comerciantes deberán tener una copia de la autorización a disposición de los consumidores y exhibirla si la venta se efectúa con presencia simultánea de ambas partes.

Artículo 36. *Fianza.*

1. La Consejería podrá exigir a las empresas que practiquen estas ventas la prestación de una fianza, en la forma que reglamentariamente se determine.

2. Esta fianza servirá para garantizar el cumplimiento de la responsabilidad civil o del deber de restituir el importe a los consumidores, cuando por la modalidad de comercio que se practique exista riesgo de que las reclamaciones de aquéllos puedan resultar fácilmente desatendidas.

CAPÍTULO II

Venta automática

Artículo 37. *Sumisión a la Ley.*

1. Estarán sujetas a esta Ley las ventas automáticas conforme las define la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

2. Se exceptúan las ventas automáticas cuando las máquinas expendedoras se hallen instaladas en el establecimiento mercantil del vendedor.

Artículo 38. Autorización.

1. Además de los requisitos generales exigibles para autorizar esta modalidad de venta, el vendedor deberá acreditar que la máquina ha sido debidamente homologada.

2. Deberá acreditarse que en las máquinas figuran las advertencias a que obliga la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista.

Artículo 39. Obligaciones.

1. En todas las máquinas deberá figurar la indicación de si devuelve cambio de moneda. También se indicará el tipo de moneda fraccionaria con la que funciona.

2. No se podrán comercializar productos alimenticios que no estén envasados y etiquetados conforme a la normativa aplicable y cuyas condiciones de conservación no sean las allí indicadas.

3. La autorización a que se refiere esta Ley será condición para el otorgamiento de las licencias municipales de instalación en la vía pública.

CAPÍTULO III**Ventas ambulantes****Artículo 40. Autorización.**

La concesión de licencia para el ejercicio de la venta ambulante corresponderá a los Ayuntamientos, que podrán autorizarla en las siguientes modalidades:

El comercio en mercadillos fijos, ocasionales o periódicos, situados en perímetros delimitados del casco urbano.

El comercio callejero, en lugares de la vía pública, sólo para productos estacionales, flores y plantas.

El comercio esporádico en recintos o espacios reservados para las ferias populares y con ocasión de las mismas, en espacios reservados con ocasión de acontecimientos deportivos, musicales o análogos y referida a productos relacionados con el espectáculo en cuestión y en mercados de ocasión, para productos de segunda mano, siempre que no se trate de alimentos.

El comercio itinerante en cualquier clase de vehículos, que podrá comprender artículos varios, en zonas o pueblos con escasos equipamientos comerciales o tradición en esta modalidad.

Artículo 41. Ordenanzas municipales.

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

Los lugares y períodos en los que puede desarrollarse la venta ambulante.

Las modalidades de venta ambulante admitidas, teniendo en cuenta las características de cada municipio.

Número total de puestos o licencias.

Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.

Tasa a pagar por la concesión de la licencia.

Régimen interno de funcionamiento del mercadillo, en su caso.

Previsión del régimen sancionador.

Artículo 42. Licencias.

1. Para la concesión de licencia, se exigirá que el peticionario acredite:

Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y en el régimen

de Seguridad Social que corresponda, estando al corriente en el pago de sus obligaciones.

Cumplir los requisitos de las reglamentaciones de cada tipo de productos.

Estar en posesión del carné de manipulador de alimentos, en su caso.

Satisfacer las tasas y tributos fijados en la Ordenanza.

Disponer de los permisos de residencia y trabajo que en cada caso sean exigidos, si se trata de extranjeros.

2. Las licencias se concederán en condiciones no discriminatorias, pero deberá preferirse a aquellos comerciantes que tengan concertado un seguro de responsabilidad civil por los daños que puedan causar con sus productos. Si la Ordenanza prevé una reserva de puestos, deberá utilizar para ello criterios objetivos.

3. Las licencias tendrán una duración máxima de un año, prorrogable, y podrán ser revocadas por incumplimiento de las condiciones a las que se encuentren sometidas.

4. Las licencias serán personales e intransferibles, pero podrá desarrollarse la venta por los familiares del titular de la misma o por sus dependientes dados de alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social.

5. En la licencia deberá especificarse el ámbito territorial de validez, los productos autorizados y las fechas en que se podrá llevar a cabo la actividad comercial.

6. Los Ayuntamientos remitirán cada seis meses a la Consejería competente en materia de comercio una relación actualizada de los comerciantes a los que se les haya otorgado la licencia correspondiente.

Artículo 43. Lugares de venta.

1. No podrá autorizarse la venta ambulante en instalaciones fijas no desmontables, ni en calles peatonales comerciales, ni en aquellos lugares en que cause perjuicio al comercio establecido. En particular, no podrá autorizarse la venta ambulante en el acceso a los establecimientos comerciales, junto a sus escaparates o en accesos a edificios públicos.

2. La delimitación por los Ayuntamientos de los perímetros de los mercadillos requerirá audiencia previa de la Cámara de Comercio de la Provincia, de la Confederación Regional de Empresarios y organizaciones empresariales y sindicales más representativas de la Región.

Artículo 44. Productos objeto de venta.

1. Sólo podrá autorizarse la venta de productos alimenticios cuando se cumplan las condiciones sanitarias e higiénicas que establece la legislación sectorial sobre la materia para cada tipo de producto.

2. No se podrán vender alimentos por quien carezca del carné de manipulador de alimentos.

Artículo 45. Información.

1. Quienes ejerzan el comercio ambulante deberán tener expuestos en forma fácilmente visible para el público sus datos personales y el documento en que conste la correspondiente autorización municipal, así como una dirección para la recepción de las posibles reclamaciones.

2. La identificación del comerciante deberá igualmente figurar en el comprobante de la venta, si lo hubiera.

TÍTULO V

Infracciones y sanciones

CAPÍTULO I

Procedimiento

Artículo 46. *Competencias.*

1. Corresponde a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha la potestad sancionadora por las infracciones tipificadas en la presente Ley. Se determinará por Decreto los órganos autonómicos competentes.

2. La potestad inspectora y sancionadora en materia de venta ambulante, en ausencia de ordenanza o normativa local propia, será ejercida por los órganos competentes de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

3. No se iniciará expediente sancionador respecto de infracciones consistentes en la falta u omisión del deber de inscribirse en un Registro estatal o de obtener una autorización para cuya concesión fuere competente la Administración del Estado. No se aplicará esta regla cuando sea la propia norma estatal la que otorgue a la Comunidad Autónoma esta competencia.

4. Las competencias sancionadoras de la Junta se ejercerán de acuerdo a lo previsto en la presente Ley, en la normativa general, en la regulación del régimen sancionador en Castilla-La Mancha y en la regulación estatal del procedimiento administrativo común.

5. Dejarán de tener vigencia en Castilla-La Mancha las infracciones tipificadas en la normativa estatal de defensa de los consumidores que coincidan con las conductas sancionadas en la presente Ley.

Artículo 47. *Procedimientos penales y competenciales.*

1. En los casos en que las infracciones a que se refiere la presente Ley pudieran ser constitutivas de ilícito penal, la Administración Regional lo pondrá en conocimiento del Ministerio Fiscal. De igual forma, cuando la Administración Regional estime que las conductas puedan ser constitutivas de prácticas competenciales prohibidas, conforme a la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia, lo comunicará al Tribunal de Defensa de la Competencia.

2. En ambos casos, la Administración Regional suspenderá la tramitación del expediente administrativo hasta tanto se proceda al archivo o recaiga resolución firme en aquellas instancias, interrumpiéndose el plazo de prescripción de la infracción administrativa o, de existir ya resolución sancionadora, de la sanción acordada.

3. En el supuesto de que se tuviera conocimiento por la Administración Regional de instrucción de causa penal o de procedimiento ante el Tribunal de Defensa de la Competencia se procederá a la suspensión del procedimiento administrativo sancionador o de la resolución firme, si la hubiere, sólo si existiera identidad de sujeto, hechos y fundamento. En cualquier caso, se mantendrán las medidas de aseguramiento ya tomadas, en tanto no sean sustituidas por las que resuelva la autoridad competente.

Artículo 48. *Responsable.*

1. Incurrirá en las sanciones previstas en esta Ley el titular de la empresa que hubiese cometido las infracciones tipificadas en el ámbito territorial de Castilla-La Mancha.

2. Cuando el supuesto legal de la infracción así lo exija, podrán ser sancionados los fabricantes o mayoristas que no hayan puesto los bienes a disposición directa del destinatario final.

CAPÍTULO II

Clases de infracciones

Artículo 49. *Infracciones leves.*

Constituyen infracciones leves, salvo que los artículos siguientes las califiquen de graves o muy graves:

A) Infracciones de deberes jurídico-privados:

a) La imposición al consumidor de prohibiciones o limitaciones en el ejercicio del derecho de desistimiento.

b) El incumplimiento de la obligación de documentación exigida en los pagos aplazados entre comerciantes y proveedores o entre comerciantes y consumidores.

c) El incumplimiento del plazo de entrega de obsequios y regalos o la limitación de los derechos del consumidor en este tipo de promociones.

d) Las ofertas de ventas a domicilio y a distancia sin la inclusión o suministro de los datos legalmente exigidos.

e) El envío de productos no solicitados.

f) El incumplimiento de las obligaciones relativas a la ejecución y pago en los contratos celebrados fuera del establecimiento comercial.

B) Infracciones de los principios de ordenación económica:

a) La realización de actividades o prácticas comerciales prohibidas, o fuera de los casos permitidos por la Ley o que estuvieran reservadas a sujetos distintos de quienes las practican.

b) Incumplimiento de la obligación de vender o la imposición de limitaciones o gravámenes cuantitativos a la venta en contra de lo dispuesto en la legislación aplicable.

c) Infracción de las reglamentaciones de precios máximos que afecten al comercio.

d) Realización de actividades promocionales sin ajustarse a las prescripciones legales o calificándolas indebidamente o incumpliendo las condiciones de su licitud.

e) Incumplimiento de las obligaciones impuestas por la Ley en la realización de promociones y ventas especiales.

C) Incumplimiento de los deberes legales de información o publicidad frente a los adquirentes, así como del deber de exhibir la información, comunicación o autorización exigidas.

D) La realización de actividades comerciales sin la autorización exigida o con incumplimiento de las condiciones impuestas en la misma.

E) La realización de actividades comerciales sin la inscripción previa en los Registros administrativos que fueren exigidos.

F) Las ofertas comerciales engañosas.

G) La conducta obstruccionista a la práctica de comprobaciones e inspecciones de las Administraciones Públicas.

H) La realización de actividades comerciales en horario o períodos no autorizados o con extralimitación de los autorizados o que se refieran a productos distintos de los autorizados.

Artículo 50. *Infracciones graves.*

1. Se consideran graves las infracciones tipificadas en el artículo anterior, cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias:

a) La resistencia, negativa u obstrucción a la acción comprobadora e inspectora cuando sean reiteradas o se ejerzan con violencia física.

- b) La reincidencia en la comisión de faltas leves.
- c) Las infracciones que causen grave daño a los intereses de los consumidores en general o las que se aprovechen indebidamente del poder de demanda de los menores.
- d) Las infracciones precedidas de publicidad en los medios de comunicación.
- e) Las infracciones que concurren con infracciones sanitarias.
- f) Las infracciones cometidas explotando la situación de inferioridad o de debilidad de terceros.

2. En todo caso, son infracciones graves:

- a) El incumplimiento de una orden de cese o suspensión de actividad infractora.
- b) La apertura de un gran establecimiento comercial sin contar con la autorización exigible o con incumplimiento de las condiciones establecidas en ella.
- c) La apertura de los establecimientos comerciales en domingos o festivos no autorizados.

Artículo 51. *Infracciones muy graves.*

Son infracciones muy graves:

- a) Aquellas que serían calificadas como graves en las que se ha realizado una facturación de un volumen superior a los 100.000.000 de pesetas.
- b) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

CAPÍTULO III

Sanciones

Artículo 52. *Sanciones.*

1. Por la comisión de infracciones se impondrán las sanciones siguientes:

- a) Infracciones leves: Amonestación por escrito o multa hasta 500.000 pesetas.
- b) Infracciones graves: Multa de hasta 2.500.000 pesetas.
- c) Infracciones muy graves: Multa de hasta 100.000.000 de pesetas.

2. En caso de infracciones muy graves se podrá imponer como sanción accesoria el cierre del establecimiento, instalación o servicio por un plazo máximo de cinco años, sin perjuicio, en todo caso, del pago a los trabajadores del salario o de las indemnizaciones que procedan y de las medidas que puedan arbitrarse para su garantía.

3. Corresponderá al Gobierno Regional la revisión y actualización de las cuantías previstas para las sanciones pecuniarias, para lo que se tendrá en cuenta la variación de los índices de precios para el consumo.

4. La autoridad a la que corresponda resolver el expediente podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de la mercancía falsificada, fraudulenta o no identificada, o comercializada con incumplimiento de los requisitos exigidos, siendo de cuenta del infractor los gastos que originen las operaciones de intervención, depósito, comiso y destrucción de la mercancía.

5. La sanción económica no podrá ser en ningún caso inferior al beneficio económico que el infractor hubiere obtenido con la infracción.

6. Como sanción accesoria se podrá revocar la autorización cuyo incumplimiento haya constituido la infracción.

Artículo 53. *Graduación.*

1. Las sanciones se graduarán teniendo en cuenta el volumen de facturación a la que afecte, cuantía del

beneficio obtenido, intencionalidad de la conducta, plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción, reiteración de la infracción, concurrencia con otra infracción, situación de dominio del infractor en el mercado, transcendencia social de la misma y naturaleza y perjuicios que se hubieren ocasionado.

2. No podrán tenerse en cuenta para cuantificar la sanción los mismos criterios que ya se hubieran tenido en cuenta para calificarlas como graves o muy graves.

3. No se podrá tener en cuenta para agravar una sanción la concurrencia con otra infracción, siempre que ésta pudiese ser sancionada independientemente o la concurrencia de infracciones haya servido para calificarlas de graves o muy graves.

4. Se podrá reducir la cuantía de la sanción cuando el infractor haya procedido, o garantice hacerlo, a reparar los perjuicios infligidos a los particulares o a devolver la contraprestación indebidamente percibida o retenida.

CAPÍTULO IV

Otras medidas de tutela de la legalidad

Artículo 54. *Multas coercitivas.*

Para garantizar las medidas de suspensión o cesación de la actividad infractora, la Administración Regional impondrá multas coercitivas diarias de hasta el 10 por 100 de la sanción que finalmente corresponda, por cada día en que el infractor omitiera el cese o suspensión, una vez apercibido por la Administración.

Artículo 55. *Restablecimiento de la legalidad.*

1. No tendrán carácter de sanción la intervención e incautación de la mercancía indebidamente comercializada, como asimismo la suspensión de actividad o funcionamiento ilegal. Tampoco tendrá carácter de sanción la clausura del establecimiento que realice actividades comerciales sin la autorización que fuere necesaria o contra los términos de la misma.

2. Estas medidas podrán tomarse con carácter cautelar por la autoridad competente para imponer la sanción. Podrán ser también tomadas al margen del procedimiento sancionador que, en su caso, se incoe. Estas medidas se mantendrán en vigor mientras dure la situación ilegal.

3. Estas medidas se tomarán mediante resolución motivada y audiencia previa del infractor y deberán serle notificadas. Si la defensa del interés público no permitiese la demora, podrán ser tomadas sin audiencia previa, en cuyo caso se dará al interesado un plazo de audiencia ulterior, antes de decidir su mantenimiento o levantamiento.

4. En circunstancias de excepcionalidad y siempre que no pueda dilatarse la resolución, las medidas en cuestión podrán ser tomadas por la autoridad que realice la inspección, siempre que no se adopten en un procedimiento sancionador.

CAPÍTULO V

La función inspectora

Artículo 56. *Procedimiento y competencias inspectoras.*

1. La labor inspectora de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en materia de ordenación del comercio se regirá por lo dispuesto al respecto en la Ley 3/1995, del Estatuto del Consumidor de Castilla-La Mancha.

2. El control del cumplimiento de la normativa reguladora de los horarios comerciales corresponderá a los Agentes de la autoridad municipal.

3. La Junta de Comunidades coordinará sus funciones de inspección con las que desarrollen las Administraciones locales en el ámbito de su competencia.

TÍTULO VI

La reforma de las estructuras comerciales

Artículo 57. *Actuación de la Junta de Comunidades.*

1. La Junta de Comunidades promoverá la modernización de las estructuras comerciales de la Región, apoyando la racionalización de los procesos de distribución y la mejora técnica y financiera de la pequeña y mediana empresa comercial.

2. Con este fin, la Junta dirigirá su actuación especialmente a:

Facilitar la reforma y modernización de los establecimientos de la pequeña y mediana empresa comercial.

Promover el conocimiento y difusión de nuevas formas de comercialización que contribuyan a la mejora de la productividad en el sector.

Fomentar la formación profesional de los comerciantes y empleados en el sector, con la colaboración de los diversos agentes sociales y corporaciones y asociaciones representativas de los intereses del comercio.

Realizar estudios e investigaciones que permitan un mejor conocimiento de las estructuras de comercialización.

Potenciar los movimientos asociativos en el sector del comercio.

Impulsar y proteger la comercialización de la artesanía.

Fomentar los mecanismos extrajudiciales de solución de conflictos que afecten a las relaciones entre los agentes del mercado en el comercio minorista, de acuerdo con los mismos y conforme a la legislación estatal vigente en cada momento.

Disposición adicional primera.

Los Ayuntamientos de Castilla-La Mancha deberán adaptar sus Ordenanzas de venta ambulante a lo dispuesto en esta Ley en el período de un año a contar desde su entrada en vigor.

Disposición adicional segunda.

1. A propuesta conjunta de las Consejerías de Obras Públicas e Industria y Trabajo, la Junta de Comunidades aprobará un Plan Especial Territorial de Equipamientos Comerciales.

2. Los instrumentos de planeamiento urbanístico estarán sujetos al cumplimiento de las prescripciones que, en cuanto al uso comercial del suelo, se contengan en dicho Plan Especial Territorial.

3. El Plan tendrá como objeto la ordenación de los elementos físicos en los que se lleven a cabo las actividades comerciales en Castilla-La Mancha, con el fin de conseguir un nivel adecuado de equipamiento comercial, una correcta distribución territorial de los mismos, la protección de la actividad comercial en los cascos históricos de los municipios, la introducción progresiva de nuevos sistemas de venta, la satisfacción de las necesidades de los consumidores y la defensa de las pequeñas y medianas empresas.

Disposición transitoria.

Los expedientes de solicitud de licencia comercial específica que no hubieran sido resueltos a la entrada en vigor de esta Ley continuarán su tramitación conforme a lo establecido en la misma. No se exigirá el pago de la tasa correspondiente a las solicitudes que hubiesen completado la documentación en el momento de entrada en vigor de esta Ley.

Disposición derogatoria primera.

Queda derogado el Decreto 114/1996, de 23 de julio, de Horarios Comerciales.

Disposición derogatoria segunda.

Quedan, igualmente, derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

Disposición final.

Se autoriza al Consejo de Gobierno para dictar las normas de desarrollo que requiera la presente Ley.

Toledo, 3 de noviembre de 1998.

JOSÉ BONO MARTÍNEZ,
Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de Castilla-La Mancha» número 52, de 6 de noviembre de 1998)

995 *LEY 8/1998, de 19 de noviembre, de modificación parcial de la Ley 5/1986, de 23 de diciembre, Electoral de Castilla-La Mancha.*

Las Cortes de Castilla-La Mancha han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La aprobación de la Ley 5/1986, de 23 de diciembre, Electoral de Castilla-La Mancha, vino a dar cumplimiento al mandato contenido en el artículo 10 del Estatuto de Autonomía, que remitía a la Ley Electoral la determinación de los elementos fundamentales del proceso para la elección de los Diputados a las Cortes de Castilla-La Mancha.

Desde su aprobación, la citada Ley ha permitido dar efectivo cumplimiento al principio democrático en la elección del Parlamento Regional.

Sin embargo, tanto las modificaciones operadas en el Estatuto de Autonomía por la Ley Orgánica 3/1997, de 3 de julio, como las sucesivas reformas sufridas por la Ley Orgánica del Régimen Electoral General, algunas de las cuales afectan a disposiciones aplicables a la totalidad de los procesos electorales, hacían necesaria una reforma de la Ley Electoral Regional para adaptarla a dichas Leyes Orgánicas, de tal forma que se evitase cualquier tipo de incertidumbre sobre el régimen jurídico aplicable a la elección de los Diputados regionales.

La presente Ley surge del acuerdo unánime de todos los grupos políticos con representación en las Cortes de Castilla-La Mancha, con la finalidad de contar con una norma institucional básica que regule el cumplimiento de los principios democráticos en la elección de las Cortes de Castilla-La Mancha, desarrolle adecuadamente el Estatuto de Autonomía en su redacción actual y esté adaptada a lo previsto en la Ley Orgánica del Régimen Electoral General.