



HESSLER & DEL CUERPO

Abogados

### ANEXO III

#### Criterios para la presentación telemática de solicitudes y comunicaciones

1. El interesado accederá mediante el navegador a la dirección [www.icac.mineco.es/](http://www.icac.mineco.es/) y seleccionará el formulario correspondiente.

2. Deberá cumplimentar los datos solicitados en el formulario.

3. En aquellos procedimientos en que se requiera, se deberán anexar los documentos que se consideren oportunos. Para evitar tiempos de transmisión excesivos, los documentos anexados no excederán de dos megabytes.

4. Una vez cumplimentados los datos del formulario y seleccionados los ficheros a enviar mediante el procedimiento anterior, deberá pulsar el botón «firmar y enviar».

5. Una vez aceptada la comunicación, el sistema devolverá en pantalla los datos del documento presentado, junto con un número identificativo del Registro Telemático.

Asimismo, el sistema remitirá un correo con la información de registro a la dirección de correo asociada con la firma electrónica.

Una vez aprobada o denegada la solicitud, el sistema enviará a la dirección de correo del solicitante la resolución del ICAC.

### ANEXO IV

#### Requisitos para la obtención e instalación de un certificado de usuario clase 2CA emitido por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda

Para poder presentar determinadas solicitudes, escritos y comunicaciones, por vía telemática, ante el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, el interesado deberá proceder de la forma siguiente:

1. Podrán solicitar el certificado de usuario X.509.V3 las personas físicas que posean un documento nacional de identidad (DNI) o el número de identificación fiscal (NIF) suministrado por la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

2. Para la obtención del citado certificado de usuario se procederá de la siguiente forma:

a) El interesado deberá conectarse a la dirección <http://www.cert.fnmt.es/clase2/main.htm> y seleccionar las siguientes opciones:

Primera.—Descargar el certificado raíz de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda para la clase 2CA.

Con esta operación se obtiene el reconocimiento «de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda», mediante la incorporación de su clave pública en el navegador del usuario.

La huella digital del certificado raíz de la entidad emisora FNMT clase 2CA es la siguiente:

Con el algoritmo de «hash sha 1» 43 F9 81 10 D5 8A FD 48 22 52 31 80 DO 08 28 37 2F EF 9A 54.

Con el algoritmo de «hash md5» 25 9D CF 5E 8325 9D 9589 3F 00 86 5F 47 943D.

A continuación, se seleccionará la siguiente opción:

Segunda.—Solicitud del certificado de usuario vía web. En esta etapa se realizarán las siguientes operaciones:

Se generarán las claves pública y privada.

Se transmitirán a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda la clave pública y el

documento nacional de identidad o número de identificación fiscal del solicitante del certificado. La clave privada no sale del navegador.

La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda almacenará los datos de la petición y devolverá un «código de solicitud de certificado».

b) Una vez obtenido el código de solicitud de certificado, el interesado deberá personarse en la sede central del Ministerio de Economía o en los siguientes Centros Directivos: Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, Dirección General del Tesoro y Política Financiera, en las Delegaciones Provinciales de los Ministerios de Economía y Hacienda, o en el Comisionado para el Mercado de Tabacos, para proceder a su identificación.

El titular deberá aportar:

Documento nacional de identidad.

Código de solicitud de certificado obtenido conforme a lo dispuesto en la letra anterior.

Una vez identificado, el interesado procederá a firmar el modelo de solicitud de certificado.

El Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas transmitirá diariamente los certificados tramitados a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda para que proceda a su emisión.

c) Pasadas cuarenta y ocho horas de la solicitud del certificado, el usuario deberá conectarse a la dirección <http://www.cert.fnmt.es/clase2/main.htm> y seleccionar la siguiente opción:

3. Descarga del certificado.—El interesado deberá incorporar al formulario el documento nacional de identidad o el número de identificación fiscal del titular del certificado y el código de solicitud de certificado obtenido en el apartado 1 de este anexo.

Con esta operación la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda descargará en el navegador del solicitante los datos públicos del certificado, a saber: Datos identificativos propios del certificado y firma acreditativa de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda que, junto con la clave privada que posee en el navegador el titular del certificado, debidamente verificado e instalado, servirá para que éste sea operativo.

## COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

**542** LEY 10/2002, de 19 de noviembre, de Comercio Interior.

EL PRESIDENTE DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Sea notorio que la Junta General del Principado de Asturias ha aprobado, y yo en nombre de Su Majestad el Rey, y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 31.2 del Estatuto de Autonomía del Principado de Asturias, vengo a promulgar la siguiente Ley de Comercio Interior.

#### PREÁMBULO

El sector del comercio interior constituye un elemento fundamental en la configuración de una estructura eco-

nómica moderna, resultando evidente su destacada participación en la creación de empresas y de empleo. Pero su importante papel no es únicamente económico, sino que, con idéntico valor, desempeña una función relevante en la estructuración territorial, urbana y de población de nuestra sociedad.

Los últimos años han supuesto una evolución radical en la estructura y la forma del sector comercial, derivada de un fenómeno modernizador general que ha supuesto para el comercio no sólo cambios sociales y tecnológicos, sino, sobre todo, importantes cambios competitivos derivados de la formación de grandes superficies comerciales y de grandes grupos de distribución.

Como consecuencia de lo expuesto, el sector comercial se encuentra claramente polarizado entre el pequeño comercio de carácter tradicional y las grandes superficies y grupos comerciales. Es necesario corregir esta situación y posibilitar el acercamiento, la sinergia y la confluencia de ambos tipos de comercio, de esta forma se garantizarán los objetivos propios de todo proceso de modernización.

No obstante, este objetivo del equilibrio no debe, en modo alguno, abstraerse de la flexibilidad precisa para permitir la continua evolución a través de la permanente incorporación de nuevas tipologías comerciales. De igual forma, debe entenderse tal objetivo desde las características geográficas de nuestra Comunidad Autónoma, y la configuración urbana de sus pueblos y ciudades.

A tal fin, y con tales premisas, seguramente comunes y sentidas por todos los agentes, económicos y sociales, que intervienen en el sector del comercio, se acomete la elaboración de un texto legal específico para el Principado de Asturias, actuando a modo de marco legal sobre el que articular la normativa vigente y la de futura creación, al amparo de la competencia exclusiva que en materia de comercio interior tiene la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias conforme a lo dispuesto en el artículo 10.1.14 de la Ley Orgánica 7/1981, de 30 de diciembre, del Estatuto de Autonomía del Principado de Asturias, tras su última modificación, operada por Ley Orgánica 1/1999, de 5 de enero. Esta competencia exclusiva ha de ejercerse en los términos que resultan del artículo citado, y, en especial, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general, en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.13.<sup>a</sup> de la Constitución Española.

La Ley se inspira en los principios de libertad y de defensa de la competencia, entiende que la integración de ambos permitirá alcanzar los objetivos de la modernización del sector comercial de Asturias, y posibilitará alcanzar el equilibrio en su estructuración funcional, territorial y de servicios.

La Ley incorpora, también, los fundamentos esenciales de los principios de defensa del consumidor, y, además, a lo largo de todo su texto hace suyo el principio de cooperación, asume e impulsa la misma entre las distintas Administraciones, y especialmente con las diversas organizaciones y agentes sociales y económicos que intervienen e interesan al comercio, es destacable en este punto la regulación que en el texto se hace de la composición y funciones del Consejo Asesor de Comercio.

El texto legal se inicia con una definición de la actividad comercial y de las distintas condiciones requeridas para su ejercicio. De esta manera consigue disponer de una clara delimitación del comercio. Con esta misma finalidad se concreta en el texto legal la necesidad de contar con un adecuado registro de las distintas actividades comerciales, lo que habrá de facilitar el mejor conocimiento del sector y la mejor actuación de los distintos agentes que en él intervienen.

Sobre la base de la definición de actividad comercial utilizada se concretan las actividades del comercio mayo-

rista y minorista, utilizando como concepto básico el de establecimiento comercial y su clasificación en grandes, medianos y pequeños establecimientos; incorpora además normas de ordenación que permitan definir la participación de cada uno de ellos en la estructura comercial de nuestra Comunidad Autónoma.

La ordenación territorial de los equipamientos comerciales se configura como un objetivo fundamental del texto legal; se prevé la elaboración de unas directrices sectoriales, delimitando su concepto, objetivos y contenido.

Otro de los principales aspectos de funcionamiento del sector contenidos en la Ley es el relativo a los horarios que habrán de regir la actividad comercial. A tal fin el texto contiene las directrices básicas para posibilitar su ordenación dentro del principio de la necesaria flexibilidad.

Una de las cuestiones más complejas en el funcionamiento regular del sector es la relativa a la actividad de promoción de ventas, cuyas derivaciones en términos de competencia y de defensa del consumidor revisten una gran importancia. El texto incorpora una amplia definición de sus diferentes tipologías, de sus características y de las exigencias que se les plantean para conseguir la adecuada transparencia y ética operativa.

En similar sentido el texto legal hace un importante recorrido por los distintos tipos de ventas especiales, sean clásicos o novedosos, así, las formas de venta a distancia, en su amplia variedad, son bien definidas y correctamente ordenadas.

La Ley hace, finalmente, una fuerte apuesta por el papel de la Administración en la ordenación del Sector Comercial en Asturias. En primer lugar al establecer la necesidad de contar con una política de comercio concretada en un conjunto de medidas de fomento y de actuación positiva sobre el mismo, muy especialmente en torno al comercio rural y al comercio de proximidad. En segundo lugar, estableciendo un sistema de inspección y de régimen disciplinario que permita velar por los intereses de empresarios y de consumidores, equilibrando la libertad y defensa de la competencia con los derechos fundamentales de los consumidores y usuarios de los servicios prestados por el sector del comercio.

## TÍTULO I

### Disposiciones generales

#### CAPÍTULO I

##### Objeto y ámbito de aplicación

###### Artículo 1. *Objeto.*

La presente Ley tiene por objeto la regulación del comercio interior en el ámbito del Principado de Asturias, con el fin de favorecer la ordenación y modernización de sus estructuras comerciales, proteger la libre y leal competencia entre las empresas comerciales y defender los derechos de los consumidores y usuarios.

###### Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente Ley será de aplicación a las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial del Principado de Asturias por comerciantes o por quienes actúen por cuenta de ellos promoviendo, preparando o cooperando a la conclusión de operaciones comerciales.

2. Quedan excluidos del ámbito de esta Ley:

- a) Los servicios de carácter financiero, de seguros y de transportes.
- b) Los servicios de alojamiento, bares, restaurantes y hostelería en general.
- c) Los servicios de reparación, mantenimiento y asistencia técnica, siempre que no vayan asociados a la venta con carácter ordinario o habitual.
- d) Los servicios prestados por empresas de ocio y espectáculos, tales como cines, teatros, circos, ludotecas, parques infantiles y similares. Sí estarán sujetas a la presente Ley las ventas realizadas en sus instalaciones o anexos siempre que las mismas se desarrollen en zonas de libre acceso.
- e) Las ventas por los fabricantes, dentro del recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción, a no ser que se dirijan a consumidores finales.
- f) Las ventas directas por agricultores y ganaderos o sus cooperativas de los productos agropecuarios en estado natural y en el lugar de su producción.
- g) Las ventas realizadas por artesanos de sus productos en ferias y mercadillos sectoriales.
- h) Aquellas actividades comerciales que, en razón de su naturaleza, estén sujetas a un control específico por parte de los poderes públicos o a una reglamentación especial, sin perjuicio de la aplicación supletoria de esta Ley.

### Artículo 3. Ordenación e intervención administrativa de la actividad comercial.

1. La actividad comercial estará sujeta a ordenación e intervención administrativa en los supuestos y conforme a las técnicas y procedimientos regulados en esta Ley.
2. En especial, la ordenación e intervención administrativa tendrá por objeto:
  - a) La sujeción a licencia comercial específica de los grandes establecimientos comerciales.
  - b) El régimen de horarios comerciales.
  - c) El régimen de determinadas actividades promocionales.
  - d) El régimen y autorización de ventas especiales.
  - e) La inscripción en el Registro de Empresas y Actividades Comerciales del Principado de Asturias.
  - f) La inspección, vigilancia y control sobre los comerciantes, sus establecimientos y actividades comerciales.
  - g) Cualquier otra actividad que legalmente se establezca.

3. La ordenación e intervención administrativa que competan al Principado de Asturias no excluyen las que, de forma concurrente o no, correspondan a otras Administraciones Públicas ni, en particular, a los Ayuntamientos, para establecer ordenanzas y requerir licencia para la instalación y apertura de establecimientos comerciales, conforme a la normativa sectorial correspondiente.

## CAPÍTULO II

### Actividad comercial

#### Artículo 4. Actividad comercial.

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por actividad comercial la realizada profesionalmente con ánimo de lucro por personas físicas o jurídicas, consistente en poner u ofrecer en el mercado interior, por cuenta propia o ajena, bienes naturales o elaborados, así como aquellos servicios que de ella se deriven, independientemente de la modalidad o soporte empleado en su realización, y ya se realice en régimen de comercio mayorista o minorista.

#### Artículo 5. Condiciones para el ejercicio de la actividad comercial.

1. El ejercicio de actividades comerciales se realizará por quienes ostenten la capacidad jurídica necesaria según lo establecido en la legislación mercantil y cumplan los requisitos previstos en la presente Ley.

2. Además de los requisitos establecidos con carácter general en esta Ley y en el resto de la normativa aplicable, para el ejercicio de cualquier actividad comercial será precisa la inscripción en el Registro de Empresas y Actividades Comerciales del Principado de Asturias.

#### Artículo 6. Actividad comercial minorista

1. En el marco de la legislación estatal básica, se entiende por actividad comercial minorista, a los efectos de esta Ley, aquella que tiene por destinatario al consumidor final. Igualmente, tendrá este mismo carácter la venta realizada por los artesanos de sus productos en su propio taller o elementos anexos.

2. Los establecimientos que, de acuerdo con la legislación vigente, suministren bienes, productos o servicios exclusivamente a una colectividad de empleados no podrán en ningún caso suministrarlos al público en general.

3. Las cooperativas de consumidores y usuarios, así como cualquiera otras que suministren bienes y servicios a sus socios y terceros, estarán obligadas a distinguir la oferta dirigida a los socios de la que se dirija al público en general. Cuando la oferta de las cooperativas se dirija al público en general o no aparezca rigurosamente diferenciada de la que realicen a sus socios, estará sometida a esta Ley.

#### Artículo 7. Actividad comercial mayorista.

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por actividad comercial mayorista aquella que tiene como destinatarios a otros comerciantes o empresarios que no constituyan consumidores finales.

2. La actividad comercial mayorista no podrá ejercerse simultáneamente con la minorista en un mismo establecimiento, salvo que se mantengan debidamente diferenciadas, señalizadas e identificadas y se respeten las normas específicas reguladoras de cada una de ellas.

#### Artículo 8. Calificación de la actividad comercial.

No modificará el carácter mayorista o minorista de la actividad comercial el eventual sometimiento de las mercancías a procesos de elaboración, manipulación, transformación, tratamiento o acondicionamiento que sean usuales en el comercio.

## CAPÍTULO III

### Condiciones de la oferta, de los precios y garantías

#### Artículo 9. Condiciones de la oferta.

1. En el ejercicio de la actividad comercial, el origen, la calidad y cantidad de los productos o servicios, así como su precio y condiciones de venta o prestación serán los ofrecidos y en todo caso los exigibles conforme a la normativa reguladora de los mismos.

2. El comerciante prestará al consumidor y usuario una información clara, veraz y apropiada para el conocimiento del producto o servicio, riesgos de utilización y condiciones de adquisición.

3. Igualmente, en caso de transacción y a solicitud del adquirente, las empresas comerciales estarán obli-

gadas a expedir documentación suficiente sobre los diversos extremos relativos a la transacción.

4. La oferta pública de venta o la exposición de productos en establecimientos comerciales obligan al comerciante a proceder a su venta a favor de los demandantes que cumplan las condiciones de adquisición atendiendo, en el segundo caso, al orden temporal de las solicitudes. Quedan exceptuados de esta obligación los productos sobre los que se advierta expresamente que no se encuentran a la venta o que, claramente, formen parte de la instalación como elementos complementarios o meramente decorativos.

5. Los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador ni establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para las compras que superen un determinado volumen. En el caso de que, en un establecimiento abierto al público, no se dispusiera de existencias suficientes para cubrir la demanda, se atenderá a la prioridad temporal en la solicitud.

#### Artículo 10. *El precio de los productos y servicios.*

1. El precio de los productos y servicios será el fijado libremente por los oferentes, sin más limitaciones que las impuestas por la legislación vigente.

2. Los productos expuestos para su comercialización estarán marcados con su precio de forma clara. Los precios de los artículos expuestos en los escaparates resultarán visibles desde el exterior. Todos los establecimientos que presten servicios a los usuarios exhibirán al público de forma perfectamente visible los precios aplicables a los mismos.

Reglamentariamente podrán establecerse excepciones o condiciones especiales en la información de precios por motivos de seguridad o de la naturaleza del producto o servicio.

3. En los productos que se vendan a granel, se indicará el precio de la unidad de medida. En aquellos productos que habitualmente se vendan a granel y se presenten a la venta en cantidades o volúmenes preestablecidos, se expondrán a la venta con indicación del precio por unidad de medida habitual, la medida del producto y el precio resultante.

4. El precio de venta anunciado se entenderá como el total del producto o servicio adquirido al contado, incluidos todos los tributos aplicables.

5. El comerciante explicitará los medios de pago admitidos, así como la posibilidad o no de la devolución del producto.

6. La regulación contenida en los apartados precedentes se entenderá sin perjuicio de lo establecido respecto de las actividades de promoción de ventas en el título IV de la presente Ley.

#### Artículo 11. *Garantía y custodia de los artículos.*

1. Los comerciantes responderán de la calidad de los artículos vendidos en la forma determinada en los Códigos Civil y Mercantil, así como en la Ley 16/1986, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y normas concordantes y complementarias.

2. El plazo mínimo de garantía, en el caso de bienes de carácter duradero, será de seis meses a contar desde la fecha de recepción del artículo de que se trate, salvo que la naturaleza del mismo lo impidiera y sin perjuicio de las disposiciones legales o reglamentarias específicas para bienes o servicios concretos.

3. Los establecimientos que reciban en custodia artículos para su reparación deberán entregar recibo escri-

to de los mismos, en los que consten, al menos, con precisión y claridad, la identificación de la mercancía, del estado en que se entrega y la reparación que se solicita con presupuesto lo más detallado y exacto posible, así como el nombre, número de identificación fiscal, domicilio y teléfono del establecimiento y del propietario del artículo.

4. La acción o derecho de recuperación de los géneros entregados por el consumidor o usuario al comerciante para su reparación prescribirán a los tres años a partir del momento de la entrega.

### CAPÍTULO IV

#### Registro de Empresas y Actividades Comerciales y Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias

##### Artículo 12. *Registro de Empresas y Actividades Comerciales del Principado de Asturias*

1. Dependiente de la Consejería competente en materia de comercio interior existirá el Registro de Empresas y Actividades Comerciales del Principado de Asturias.

2. En las distintas secciones del Registro de Empresas y Actividades Comerciales se inscribirán las personas físicas y jurídicas que quieran ejercer o ejerzan en el momento de publicación de esta Ley la actividad comercial, y ello con la finalidad de disponer de los datos necesarios para el conocimiento y la evaluación de las estructuras comerciales en el ámbito del Principado de Asturias, así como garantizar los derechos de los consumidores y de los usuarios.

3. El Registro de Empresas y Actividades Comerciales será público, determinándose reglamentariamente su estructura, organización y funcionamiento; así como los datos susceptibles de inscripción en el mismo. En todo caso, la inscripción en el mismo será obligatoria y gratuita.

##### Artículo 13. *Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias.*

1. Se instituye el Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias como órgano de asesoramiento y apoyo de la Administración Autonómica, adscrito a la Consejería competente en la citada materia.

2. Serán funciones del citado Consejo las siguientes:

a) Informar con carácter previo a la concesión de las licencias de establecimientos comerciales en los supuestos expresamente previstos en la presente Ley.

b) Informar cuantos proyectos de leyes, directrices sectoriales, y demás disposiciones, planes o programas de fomento elabore el Gobierno autonómico relacionados con el sector comercial.

c) Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las Administraciones competentes en dicha materia.

d) Elaborar un informe anual sobre la situación comercial del Principado de Asturias.

e) Cualquier otra que reglamentariamente se establezca.

3. El Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias tendrá la siguiente composición:

a) Presidente: Lo será el titular de la Consejería competente en materia de comercio.

b) Vicepresidente: Lo será el titular de la Dirección General competente en materia de comercio.

## c) Vocales:

Cuatro en representación de la Administración del Principado de Asturias, designados por el titular de la Consejería competente en materia de comercio.

Cuatro designados por las organizaciones sindicales más representativas.

Tres designados por las organizaciones empresariales más representativas del sector comercial, procurando, en todo caso, asegurar la representación tanto de los autónomos como de las formas de distribución comercial.

Dos en representación de los Concejos, designados por la Federación Asturiana de Concejos.

Uno designado por las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.

Uno en representación de la Universidad de Oviedo, designado por su Junta de Gobierno entre especialistas en el campo del comercio.

Uno designado por y entre las Asociaciones de Consumidores más representativas en el ámbito territorial del Principado de Asturias.

d) Secretario: Lo será un funcionario de la Consejería competente en materia de comercio, designado por su titular, que actuará con voz y sin voto.

4. Reglamentariamente se establecerá el régimen de funcionamiento y organización del Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias, que, en todo caso, contemplará:

a) Un soporte técnico suficiente en la toma de decisiones, con audiencia de especialistas cualificados en las distintas disciplinas concernidas en la materia comercial.

b) El funcionamiento en pleno y en comisiones, que garantice la agilidad en la tramitación de los asuntos que así lo requieran.

## TÍTULO II

## Equipamientos comerciales

## CAPÍTULO I

## Establecimientos comerciales

Artículo 14. *Concepto de establecimiento comercial.*

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por establecimiento comercial los locales y las construcciones o instalaciones dispuestas sobre el suelo de modo fijo y permanente, cubiertos o sin cubrir, exentos o no, exteriores o interiores de una edificación, con escaparates o sin ellos, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma continuada o en días o temporadas determinadas, así como cualesquiera otros recintos acotados que, con la misma finalidad, reciben aquella calificación en virtud de disposición legal o reglamentaria, siempre que tengan el carácter de inmueble de acuerdo con el artículo 334 del Código Civil.

2. Salvo en los casos legalmente previstos, la actividad comercial no se podrá practicar fuera de un establecimiento comercial.

Artículo 15. *Clases de establecimientos comerciales.*

1. Los establecimientos comerciales podrán ser de carácter individual o colectivo.

2. Los establecimientos de carácter colectivo están integrados por un conjunto de establecimientos individuales situados en uno o varios edificios, en los que, con independencia de que las respectivas actividades

puedan ejercerse de forma empresarialmente independiente, concurren algunos de los siguientes elementos:

a) La existencia de una vía, preexistente o no, pública o privada, cuyo objetivo principal sea asegurar la circulación interna entre los distintos establecimientos comerciales, de uso exclusivo y preferente de los establecimientos o sus clientes.

b) Áreas de estacionamiento comunes o contiguas a los diferentes establecimientos que no prohíban la circulación peatonal entre ellos.

c) Ser objeto de gestión común ciertos elementos de su explotación, concretamente la creación de servicios colectivos o la realización de actividades o campañas de promoción y de publicidad comercial conjuntas.

d) Estar unidos por una estructura jurídica común, controlada directa o indirectamente por al menos un asociado o que disponga de una dirección, de derecho o de hecho, común.

## CAPÍTULO II

## Ordenación territorial de los equipamientos comerciales

Artículo 16. *Directrices sectoriales de equipamiento comercial.*

1. La ordenación de la localización de los equipamientos comerciales en el Principado de Asturias se realizará a través de unas directrices sectoriales, con arreglo al modelo definido por la legislación de ordenación territorial.

2. La iniciativa para la formulación de las directrices sectoriales corresponderá al Consejo de Gobierno, que encargará su elaboración a la Consejería competente en materia de ordenación del territorio, con la participación, en todo caso, de la Consejería competente en materia de comercio, de acuerdo con lo establecido en la legislación de ordenación territorial.

3. El ámbito espacial de aplicación de las directrices sectoriales de equipamiento comercial será la totalidad del territorio de la Comunidad Autónoma.

Artículo 17. *Objetivos de las directrices sectoriales de equipamiento comercial.*

1. Las directrices sectoriales de equipamiento comercial tienen como objetivo general ordenar las implantaciones comerciales y satisfacer las necesidades de compra de los consumidores, así como defender el desarrollo de las ciudades, en especial de sus centros urbanos e históricos y de sus equipamientos comerciales, como contribución al sostenimiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

2. De acuerdo con el criterio general especificado en el apartado anterior, para elaborar y ejecutar las directrices sectoriales deben constituir sus objetivos específicos en materia comercial:

a) Establecer un nivel adecuado de equipamiento comercial y una correcta distribución territorial de los establecimientos comerciales.

b) Fomentar la modernización de forma progresiva y armónica del comercio de proximidad, con medidas correctoras que palien los efectos negativos que sobre él ejerce la implantación de grandes establecimientos comerciales.

c) Proteger la libre y leal competencia entre las empresas comerciales, de acuerdo con lo previsto en la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

d) Satisfacer las necesidades de los consumidores, protegiendo sus legítimos intereses.

e) Garantizar la seguridad, salubridad y demás condiciones de los establecimientos comerciales.

f) Favorecer el mantenimiento y la creación de empleo de calidad en el sector del comercio, adaptándolo a las nuevas estructuras de la distribución comercial, así como a las exigencias sociales.

g) Contribuir eficazmente al aumento de la calidad de vida de los ciudadanos del Principado de Asturias.

**Artículo 18. Contenido de las directrices sectoriales de equipamiento comercial.**

Sin perjuicio de lo establecido en la legislación vigente en materia de ordenación territorial, las directrices sectoriales contendrán las siguientes determinaciones:

a) Definir las formas y tipologías de las actividades comerciales atendiendo a uno o varios criterios, tales como la superficie comercial, la forma de venta o los productos.

b) Establecer los criterios necesarios para la localización y dimensión del equipamiento comercial, en especial del equipamiento comercial sujeto a la licencia específica prevista en los artículos 21 y 22 de la presente Ley.

c) Fijar los criterios sobre equipamiento comercial, que deberán ser incorporados al planeamiento urbanístico.

d) Determinar las zonas turísticas a las que será de aplicación la libertad de horario comercial, así como los períodos a los que ésta se contrae.

e) Especificar las actuaciones directas de las Administraciones Públicas y las medidas de fomento en relación con el equipamiento comercial, de acuerdo con lo previsto en el título VI de la presente Ley.

**Artículo 19. Eficacia y ejecución de las directrices sectoriales de equipamiento comercial.**

1. Las directrices sectoriales de equipamiento comercial tienen carácter vinculante para las Administraciones Públicas.

2. En cuanto instrumento para la ordenación territorial del equipamiento comercial, el planeamiento urbanístico deberá adecuarse a las determinaciones y previsiones de las directrices sectoriales. En todo caso, las directrices sectoriales deben ejecutarse mediante:

a) La aprobación y revisión de los instrumentos de planeamiento urbanístico: Planes generales, planes parciales o planes especiales.

b) El otorgamiento de las licencias comerciales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

**Artículo 20. El planeamiento territorial y urbanístico.**

En la tramitación del planeamiento general, los planes parciales y los planes especiales, y en la de sus respectivas modificaciones, con carácter previo a su aprobación inicial, habrá de consultarse a la Consejería competente en materia de comercio respecto a las reservas de suelo para usos comerciales, cuando éstas posibiliten la implantación de los establecimientos comerciales sujetos a licencia comercial específica por la presente Ley.

### CAPÍTULO III

#### Grandes establecimientos comerciales

**Artículo 21. Concepto de gran establecimiento comercial.**

1. Son grandes establecimientos comerciales:

a) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie útil de exposición y venta al público igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

b) Los establecimientos integrados en las llamadas «cadenas sucursalistas», siempre que éstas cuenten en el conjunto de la Comunidad Autónoma con más de 10.000 metros cuadrados de superficie útil de exposición y venta al público o con más de veinticinco establecimientos, con independencia de su superficie total. Se entiende por cadenas sucursalistas aquellos grupos de establecimientos integrados por un número variable de establecimientos comerciales, sin personalidad jurídica independiente, que pertenecen a un grupo superior, dotado de unidad de decisión, y que funcionan bajo el mismo nombre comercial de ese conjunto. Quedan exceptuados de esta consideración los establecimientos comerciales medianos a los que se refiere el capítulo IV del presente título.

2. Con independencia de lo establecido en el apartado anterior, los establecimientos individuales dedicados, esencialmente, a la venta de automóviles y demás vehículos, maquinaria, materiales para la construcción y artículos de saneamiento, mobiliario, artículos de ferretería u otra especialidad equivalente, y los centros de jardinería cuando formen parte de un establecimiento colectivo, y no superen individualmente los 2.500 metros cuadrados de superficie útil de exposición y venta al público, el conjunto tendrá la consideración de un gran establecimiento comercial si supera los 4.000 metros cuadrados de superficie útil de exposición y venta al público.

3. Quedan excluidos del concepto de gran establecimiento comercial los mercados municipales y los establecimientos exclusivamente mayoristas.

4. Por superficie útil de exposición y venta al público se entiende aquélla donde se produce el intercambio comercial, constituida por los espacios destinados, de forma habitual u ocasional, a la exposición al público de los artículos ofertados, ya sea mediante mostradores, estanterías, vitrinas, góndolas, cámaras o murales, los probadores, las cajas registradoras y, en general, todos los espacios destinados a la permanencia y paso del público, excluyéndose expresamente las superficies destinadas a oficinas, aparcamientos, zonas de carga y descarga y almacenaje no visitables por el público y, en todo caso, aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo.

**Artículo 22. Licencia comercial específica de gran establecimiento.**

1. Será necesario disponer de la licencia comercial específica, previamente a la solicitud de las pertinentes licencias municipales, en los siguientes casos:

a) Apertura de grandes establecimientos comerciales individuales o colectivos.

b) Ampliaciones de los establecimientos comerciales cuya superficie útil de exposición y venta al público supere, antes o después de la ampliación, los límites establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 21.

c) Cambios de actividad de los grandes establecimientos comerciales.

d) Traslados de los establecimientos comerciales cuya superficie útil de exposición y venta al público supere, antes o después del traslado, los límites establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 21. En tal caso, la efectividad de la licencia queda condicionada al cierre efectivo del establecimiento inicial antes de la apertura del nuevo.

e) Reapertura de un gran establecimiento comercial que haya permanecido cerrado por más de un año.

2. Los parques temáticos sólo requieren licencia comercial específica para sus actividades comerciales cuando el conjunto de la superficie útil de exposición

y venta al público supere los 2.500 metros cuadrados o el 15 por 100 de la superficie edificada total. Se entiende por actividad comercial del parque temático la de venta al por menor de productos directamente relacionados con su actividad principal dentro de su recinto.

3. En los supuestos de transmisión de un gran establecimiento comercial o de las acciones y participaciones de las sociedades que, directa o indirectamente, sean titulares y estén obligadas a consolidar sus cuentas, de acuerdo con la legislación mercantil, es necesaria la comunicación previa a la Dirección General competente en materia de comercio, la cual deberá ir acompañada del pertinente estudio de viabilidad.

**Artículo 23. Criterios para la concesión de la licencia comercial específica de gran establecimiento.**

1. La licencia comercial específica será otorgada o denegada razonadamente por la Consejería competente en materia de comercio, con sujeción, en todo caso, a los siguientes criterios:

a) Existencia de un nivel adecuado de equipamiento comercial en la zona de implantación. Se entiende por zona con nivel adecuado de equipamiento aquella en la que éste garantice a la población existente y, en su caso, a la prevista a medio plazo una oferta de artículos en condiciones de calidad, variedad, servicio, precios y horarios conforme con la situación actual y con las tendencias de desarrollo y modernización del comercio al por menor.

b) Los efectos sobre la estructura comercial de la zona de implantación y Concejos colindantes, que deben valorarse teniendo en cuenta la mejora que para la libre competencia suponga la apertura de un nuevo gran establecimiento, así como los efectos negativos que aquella pueda representar para el pequeño comercio existente con anterioridad.

c) Adecuación del proyecto a las directrices sectoriales de equipamiento comercial.

d) La localización del establecimiento y, en especial, su relación con la trama urbana y la incidencia que pueda tener en la misma.

e) Las características cualitativas y las condiciones de seguridad del proyecto, así como la integración del establecimiento al entorno urbano y la incidencia en el medio ambiente, especialmente en lo que se refiere a las medidas establecidas en el proyecto relativo al cumplimiento de la normativa vigente sobre el tratamiento de residuos, envases y embalajes.

f) El impacto en el territorio, teniendo en cuenta la incidencia en la red viaria, la accesibilidad al establecimiento comercial y la dotación de aparcamiento y demás servicios.

g) La contribución del proyecto a la revitalización de las áreas comerciales ya consolidadas en el área de influencia.

h) La reversión de las plusvalías que se generen a favor de la mejora y modernización de las estructuras comerciales del área de influencia y, en especial, las destinadas a la revitalización del comercio en los centros urbanos.

i) Los efectos sobre el nivel y calidad del empleo en el área de influencia.

j) La adecuación del proyecto a las previsiones del planeamiento urbanístico vigente.

k) La contribución del proyecto al reequilibrio territorial.

2. Igualmente, desde el punto de vista de la contribución del proyecto al aumento de la competencia, se valorará de forma positiva o negativa, respectivamente:

a) El hecho de que el solicitante no pertenezca o pertenezca a un grupo de empresas con una cuota del mercado superior al 25 por 100 de los metros cuadrados de venta existentes en el ámbito territorial del Principado de Asturias, o al 35 por 100 del área de influencia del establecimiento proyectado.

b) Que el establecimiento equivalente más próximo al proyectado no sea o sea de la misma enseña comercial.

**Artículo 24. Solicitud de la licencia comercial específica de gran establecimiento.**

1. La solicitud de la licencia comercial específica de gran establecimiento deberá dirigirse a la Consejería competente en materia de comercio por cualquiera de los medios admitidos en la legislación general.

2. En el caso de grandes establecimientos comerciales individuales, integrados o no en uno de carácter colectivo, la licencia deberá ser solicitada por la empresa o empresas que vayan a explotar la actividad comercial.

3. En el caso de los grandes establecimientos de carácter colectivo dicha licencia se solicitará por el promotor o promotores.

**Artículo 25. Contenido de la solicitud y procedimiento**

1. El procedimiento para la obtención de la licencia comercial específica, así como la documentación y requisitos que deben reunir las solicitudes se determinarán reglamentariamente.

2. En todo caso, previamente al otorgamiento o denegación de la licencia se solicitará informe del Tribunal de Defensa de la Competencia, que tendrá carácter no vinculante.

**Artículo 26. Resolución.**

La resolución del procedimiento corresponderá al Consejero competente en materia de comercio, que la adoptará en el plazo máximo de seis meses a contar desde que hubiera quedado completada la documentación exigida reglamentariamente. Transcurrido el plazo para resolver sin haberse adoptado resolución expresa, se entenderá desestimada la solicitud de licencia comercial específica de gran establecimiento.

**Artículo 27. Vigencia de la licencia comercial específica de gran establecimiento.**

1. La licencia comercial específica de gran establecimiento tendrá carácter indefinido.

2. No obstante lo anterior, la licencia caducará si a los doce meses no se han iniciado las obras o a los veinticuatro meses no ha comenzado la actividad comercial, contados ambos plazos 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.

3. El inicio de las obras y el comienzo de la actividad comercial 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 aquella.

**Artículo 28. Eficacia de la licencia comercial específica de gran establecimiento.**

1. La licencia comercial específica de gran establecimiento es independiente de las licencias municipales que sean pertinentes.

2. No podrá concederse licencia municipal en tanto no haya sido concedida la licencia comercial específica de gran establecimiento. Las resoluciones denegatorias de la solicitud de licencia comercial específica de gran establecimiento tendrán carácter vinculante para los Concejos.

3. Las licencias municipales concedidas por los Ayuntamientos sin la licencia comercial de gran establecimiento serán nulas de pleno derecho.

#### Artículo 29. *Tasas*

1. La solicitud de la licencia comercial específica devengará una tasa por importe de 10 euros por cada metro cuadrado de superficie útil de exposición y venta al público.

2. Esta tasa deberá ser abonada con la solicitud correspondiente. La falta de pago de la tasa determinará la no iniciación del procedimiento. En todo lo demás se estará a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de tasas y precios públicos en el Principado de Asturias.

### CAPÍTULO IV

#### Establecimientos comerciales medianos

##### Artículo 30. *Concepto de establecimiento comercial mediano.*

1. Tienen la consideración de establecimientos comerciales medianos aquéllos que, siendo individuales o colectivos, y dedicados al comercio al por menor de productos alimenticios y de gran consumo en régimen de autoservicio, tanto en la modalidad de supermercado como en la de «descuento duro», cuenten con una superficie mínima útil de exposición y venta al público de 400 metros cuadrados y no superen los límites de superficie fijados en los apartados 1 y 2 del artículo 21 de la presente Ley.

2. Los establecimientos denominados de «descuento duro» son aquellas medianas superficies que funcionando bajo una misma enseña comercial y perteneciendo a una misma empresa o a un grupo de empresas reúnen dentro de la superficie comercial de su directa gestión las tres siguientes características:

a) Que toda la venta se produzca en régimen de autoservicio.

b) Que el número de marcas propias, blancas y segundas marcas integradas en el surtido global a comercializar supere el 75 por 100 del mismo.

c) Que el número de referencias en la oferta total del establecimiento sea un 50 por 100 inferior a la media de la tipología de medianos establecimientos.

##### Artículo 31. *Las licencias municipales*

En el trámite de concesión de las pertinentes licencias municipales para los establecimientos comerciales medianos definidos en el artículo anterior, se recabará informe de la Dirección General competente en materia de comercio. Dicho informe será evacuado en el plazo de quince días, prosiguiendo la tramitación municipal de no emitirse el informe en el plazo señalado.

### TÍTULO III

#### Horarios comerciales

##### Artículo 32. *Domingos y festivos.*

Los domingos y festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público en el Principado

de Asturias serán fijados por la Consejería competente en materia de comercio, previa audiencia al Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias. La Resolución de la citada Consejería será publicada en el «Boletín Oficial del Principado de Asturias» antes del 1 de diciembre de cada año anterior.

##### Artículo 33. *Establecimientos con libertad de horario.*

1. En aquellos establecimientos comerciales que, de acuerdo con la legislación básica, gocen de libertad de horario, sólo podrán ofrecerse a la venta artículos para los que, en su caso, haya sido autorizada la libre apertura.

2. Tienen plena libertad de horario los establecimientos que a continuación se enumeran cuando los mismos se encuentren situados en los cascos históricos de las ciudades o en las zonas comerciales tradicionales localizadas en el ensanche y en las áreas centrales de los cascos urbanos:

a) Los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y artesanía popular, así como los que presten servicios de esta naturaleza. Son productos culturales aquéllos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales. Tendrán dicha consideración los siguientes: Libros en soporte escrito o informático, la música en 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.

b) Los locales o instalaciones para la celebración de certámenes, ferias o exposiciones comerciales, en los que se realicen ventas, siempre que se comunique con tres meses de antelación la celebración de las mismas a la Consejería competente en materia de comercio.

3. Los pequeños y medianos establecimientos situados en localidades en las que tengan lugar mercados y ferias que tradicionalmente se celebren en domingos y festivos podrán permanecer abiertos el mismo horario del mercado o feria, previo acuerdo de la mayoría del comercio local, siempre y cuando permanezcan cerrados al día siguiente.

4. Los pequeños y medianos establecimientos situados en el entorno inmediato de mercados o mercadillos de venta ambulante autorizados que tradicionalmente se celebren en domingos y festivos podrán permanecer abiertos el mismo horario que éstos. En el supuesto de villas y pequeñas localidades será de aplicación lo dispuesto en el apartado anterior.

### TÍTULO IV

#### Actividades de promoción de ventas

### CAPÍTULO I

#### Normas generales

##### Artículo 34. *Concepto.*

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por promoción de ventas toda acción comercial que incorpora la oferta de incentivos a corto plazo, tanto para el comerciante como para el consumidor, planteada para conseguir un acto de compra inmediato por parte de este último.

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

### Artículo 35. *Pertenencia previa al inventario.*

1. Para que pueda practicarse una promoción comercial es preciso que los artículos ofertados hubiesen formado parte de las existencias previas del comerciante, al menos en cantidad suficiente para poder satisfacer la demanda previsible de los compradores en circunstancias normales, salvo que se trate de una venta en liquidación.

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

3. Los artículos no podrán ser adquiridos con el fin exclusivo de ser incluidos en las promociones comerciales, salvo la promoción para el lanzamiento de nuevos productos.

4. Lo dispuesto en este artículo se entiende sin perjuicio de lo específicamente establecido en el capítulo IV del presente título sobre establecimientos comerciales dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos.

### Artículo 36. *Información.*

1. En los anuncios de las modalidades de actividades de promoción de ventas deberán especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

2. Cuando las promociones no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, la modalidad 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. En estos casos, los artículos o sectores promocionados deberán estar claramente separados del resto, de forma que no pueda, razonablemente, existir error.

3. Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sobre la diferencia de precio de determinados productos sobre los precios ordinarios anteriores practicados obligará al comerciante a hacer constar en cada producto el precio anterior y el precio actual. Cuando la disminución del precio resulte de la aplicación de un porcentaje igual para un mismo grupo de artículos, bastará que conste el porcentaje de disminución del precio y el tipo de artículos al que afecta.

### Artículo 37. *Medios de pago.*

El comerciante que practique cualquiera de las modalidades de venta promocional tendrá la obligación de informar al consumidor acerca de los medios de pago admisibles en la misma, advirtiéndolo de forma manifiestamente visible desde el exterior del establecimiento.

### Artículo 38. *Concurrencia de promociones.*

1. Las ventas de saldos y las ventas en rebajas podrán concurrir en un mismo establecimiento comercial siempre que los artículos estén debidamente separados de forma tal que la diferencia entre unos y otros sea fácilmente perceptible por el comprador.

2. Se prohíbe la realización de cualquier modalidad de promoción que, por las circunstancias en que se desarrolle, genere confusión con otra modalidad distinta y sea susceptible de producir incumplimiento de las normas aplicables.

### Artículo 39. *Venta multinivel.*

1. La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o comerciante mayorista vende sus productos o servicios al consumidor final a través de una red de comerciantes o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial, y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los consumidores y de los comerciantes o distribuidores independientes integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado.

2. Entre el fabricante o el mayorista y el consumidor final sólo será admisible la existencia de un distribuidor.

3. Queda prohibido organizar la comercialización de productos y servicios cuando:

a) El beneficio económico de la organización y de los vendedores no se obtenga exclusivamente de la venta o servicio distribuido a los consumidores finales, sino de la incorporación de nuevos vendedores.

b) No se garantice adecuadamente que los distribuidores cuenten con la oportuna contratación laboral o cumplan con los requisitos que vienen exigidos legalmente en el desarrollo de una actividad comercial.

c) Exista la obligación de realizar una compra mínima de los productos distribuidos por parte de los nuevos vendedores sin pacto de recompra en las mismas condiciones.

4. En ningún caso el fabricante o mayorista titular de la red podrá condicionar el acceso a la misma al abono de una cuota o canon de entrada que no sea equivalente a los productos y material promocional entregados a un precio similar al de otros homólogos existentes en el mercado y que no podrán superar la cantidad que reglamentariamente se determine.

### Artículo 40. *Ventas en pirámide.*

1. Se prohíbe la venta realizada por el procedimiento llamado «en cadena o piramidal» y cualquier otro análogo, consistente en ofrecer productos o servicios al público a un precio inferior a su valor de mercado o de forma gratuita, a condición de que se consiga la adhesión de otras personas.

2. Se prohíbe proponer la obtención de adhesiones o inscripciones con la expectativa de obtener un beneficio económico relacionado con la progresión geométrica del número de personas reclutadas o inscritas.

## CAPÍTULO II

### Ventas de promoción

#### Artículo 41. *Concepto.*

A los efectos de la presente Ley se entiende por venta de promoción aquella que tiene por finalidad dar a conocer el nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o varios establecimientos, mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos homogéneos.

#### Artículo 42. *Requisitos.*

1. La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberán figurar con claridad los siguientes aspectos:

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta, precio habitual y descuento.
- c) Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta.

2. Si llegasen a agotarse durante la promoción las existencias de alguno de los productos ofertados, el comerciante podrá establecer el compromiso de la reserva del producto seleccionado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el comprador no estuviere conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de la reserva sin que el comerciante hubiese podido atender la demanda, el producto solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características.

### CAPÍTULO III

#### Ventas en rebajas

Artículo 43. *Período de rebajas.*

1. La Consejería competente en materia de comercio fijará las fechas anuales de rebajas dentro de los períodos que al efecto establece el artículo 25 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, tras oír al Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias.

2. Cada comerciante deberá exponer en el exterior de su establecimiento un anuncio del período de rebajas oficiales en el Principado de Asturias, con indicación de las fechas de inicio y finalización.

Artículo 44. *Prohibiciones.*

1. No podrá anunciarse la venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando la misma afecta a menos de la mitad de los artículos existentes, sin perjuicio de que pueda anunciarse la de cada artículo en concreto, en cuyo caso los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

2. No podrán ofrecerse en rebajas artículos obsoletos o con deterioro, sin perjuicio de que se ofrezcan en el mismo establecimiento comercial 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.

### CAPÍTULO IV

#### Ventas de saldos

Artículo 45. *Establecimientos en exclusiva.*

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

Artículo 46. *Duración y localización.*

1. Todo comerciante podrá ofrecer la 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 47. *Información.*

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

2. En todo caso de ventas de saldos, se deberá proporcionar al comprador información clara y precisa sobre el origen, calidad, estado y garantías de los artículos ofertados. Además, 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 V

#### Ventas en liquidaciones

Artículo 48. *Información.*

1. No se podrán anunciar ventas en liquidaciones 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 los artículos ofertados. Una copia de esta notificación deberá estar expuesta al público y será, igualmente, remitida a las asociaciones locales de comerciantes y de consumidores.

### CAPÍTULO VI

#### Ventas con prima

Artículo 49. *Concepto.*

Se consideran ventas con prima aquéllas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados artículos.

Artículo 50. *Condiciones.*

1. Durante el período de la oferta de venta con prima, queda prohibido modificar al alza el precio, así como la disminución de la calidad del producto.

2. Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares deberán constar en el envase o envoltorio del artículo de que se trate o, en su defecto, estar debidamente acreditadas ante Notario o ante la Dirección General competente en materia de comercio, siendo obligatoria la difusión en los medios de comunicación de los ganadores de los premios vinculados a la oferta.

3. Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra o en un plazo máximo de tres meses a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos.

4. En todo caso, la comunicación a cualquier persona que haya resultado agraciada con un premio deberá advertir inexcusablemente que éste no se encuentra condicionado a la adquisición de determinados artículos o servicios.

## TÍTULO V

### Ventas especiales

#### CAPÍTULO I

##### Disposiciones generales

###### Artículo 51. *Modalidades.*

1. A los efectos de la presente Ley, se consideran ventas especiales las ventas domiciliarias, las ventas a distancia, las ventas fuera de establecimiento mercantil reguladas por la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, de Protección de los Consumidores, en el caso de contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, las ventas automáticas, las ventas en pública subasta, la venta ambulante y la venta ocasional.

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.

###### Artículo 52. *Autorización*

1. Estarán sujetas a autorización de la Consejería competente en materia de comercio:

- a) Las ventas domiciliarias.
- b) Las ventas a distancia en las que la propuesta de contratación se difunda por medios que abarquen sólo el territorio de la Comunidad Autónoma.
- c) Las ventas fuera de establecimiento comercial permanente, 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 el Principado de Asturias.
- d) Las ventas automáticas.
- e) Las ventas en pública subasta.

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

- a) Identificación del empresario, con la inscripción, en su caso, en el Registro Mercantil y la identificación fiscal.
- b) Memoria explicativa de la actividad a realizar, relación de productos o servicios que configuran su oferta, ámbito de actuación, establecimientos en el Principado de Asturias y un domicilio en la Comunidad Autónoma en el que se reciban y atiendan reclamaciones.
- c) Certificación de encontrarse al corriente de sus obligaciones tributarias y de la Seguridad Social.
- d) Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y al corriente de pago.
- e) Cumplimiento de los requisitos reglamentariamente exigidos para la práctica de cada tipo de venta.
- f) Relación de vendedores y su identificación, en el caso de las ventas domiciliarias y, en general, las realizadas fuera de establecimiento mercantil.
- g) Las condiciones 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 denegada si no se ha notificado resolución expresa en el plazo de un mes a contar desde la entrada de la solicitud en el Registro del órgano competente.

4. 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.

## CAPÍTULO II

### Ventas domiciliarias

###### Artículo 53. *Concepto.*

1. Se consideran ventas domiciliarias, a los efectos de la presente Ley, las realizadas profesionalmente mediante la visita del vendedor o de sus empleados o agentes para ofrecer los productos o servicios al lugar que designe el consumidor o posible comprador. No tendrán la consideración de ventas domiciliarias las ventas a distancia reguladas en el capítulo III del presente título.

2. Tendrán igualmente la consideración de ventas domiciliarias las denominadas «ventas de reunión» de un grupo de personas convocadas por una de ellas, a instancia o de acuerdo con el vendedor.

3. Se deberá cumplir con la normativa reguladora del producto que se vende, no pudiendo ser objeto de venta aquéllos cuya regulación prohíba este tipo de venta, especialmente los alimenticios y aquéllos que por la forma de presentación no cumplan las normas técnicas sanitarias o de seguridad.

###### Artículo 54. *Publicidad.*

La publicidad de la oferta que deberá ser entregada al consumidor incluirá, al menos, los siguientes extremos:

- a) Identificación y domicilio de la empresa.
- b) Datos esenciales del producto, de forma que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- c) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.
- d) Del derecho que le asiste a disponer de un período de reflexión no inferior a siete días, durante el cual puede decidir la devolución del producto de que se trate y recibir las cantidades que haya entregado.

## CAPÍTULO III

### Venta a distancia

###### Artículo 55. *Concepto.*

1. Se consideran ventas a distancia aquéllas en las que el vendedor efectúa su oferta al consumidor a través de algún medio de comunicación, solicitando que los compradores formulen sus pedidos a través de dicho medio o de otro cualquiera, así como, en general, cualquier tipo de venta que no conlleve la reunión de comprador y vendedor.

2. En particular, estarán incluidas en este concepto, las ventas por teléfono, las ventas por correspondencia, ya sean mediante envío postal, por catálogo, a través de impresos o por anuncios en la prensa, las ventas ofertadas por el sistema de telecompra y las ventas por comercio electrónico.

###### Artículo 56. *Publicidad.*

La publicidad de la oferta recogerá, en todo caso, los siguientes extremos:

- a) Identificación, domicilio y número de inscripción en el Registro de la empresa ofertante.
- b) Los datos esenciales de los productos que se ofrecen de forma que permitan su identificación inequívoca en el mercado, con indicación, en todo caso, de su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o uso.
- c) El precio total a satisfacer, distinguiendo entre el precio de venta y los impuestos aplicables, separando

el importe de los gastos de envío si van a cargo del consumidor, especificando la forma y condiciones de pago, así como el sistema de reembolso.

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

#### Artículo 57. *Garantías.*

1. En todos los casos, se garantizará que el producto real remitido sea de idénticas características que las del producto ofrecido.

2. Sólo podrá efectuarse el envío de productos que previamente hayan sido solicitados por los consumidores, excepto cuando se trate de muestras o regalos de promoción, a condición de que figure claramente su carácter totalmente gratuito y la ausencia de toda obligación por parte del consumidor.

### CAPÍTULO IV

#### Venta automática

#### Artículo 58. *Concepto.*

Es venta automática la forma de distribución comercial detallista en la cual se pone a disposición del consumidor el producto o servicio para que éste lo adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

#### Artículo 59. *Autorización.*

1. La autorización a la que se refiere el artículo 52.1.d) de la presente Ley será condición para el otorgamiento de las licencias municipales de instalación en la vía pública.

2. Sin perjuicio de los requisitos generales exigibles para autorizar esta modalidad de venta, el vendedor deberá acreditar que la máquina ha sido debidamente homologada por la Consejería competente en materia de comercio.

#### Artículo 60. *Requisitos.*

1. En todas las máquinas de venta, cuya homologación deberá acreditar el vendedor, tendrá que figurar con claridad cuál es el producto que expenden, su precio, tipos de moneda que admiten, instrucciones para la obtención del producto deseado, advertencias exigidas por la normativa específica del producto, datos de homologación del aparato, identidad del oferente y número de inscripción en el Registro de Empresas y Actividades Comerciales, así como una dirección y teléfono donde se atenderán las solicitudes de información o las posibles reclamaciones.

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

3. Igualmente, en ningún caso podrá autorizarse la venta automática de bebidas alcohólicas o labores de tabaco en los supuestos en que su normativa específica lo prohíba.

### CAPÍTULO V

#### Venta ambulante

#### Artículo 61. *Competencia y modalidades.*

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

a) Comercio en mercadillos fijos, ocasionales o periódicos, situados en perímetros delimitados del casco urbano.

b) Comercio callejero, en lugares de la vía pública, sólo para productos estacionales o artesanales.

c) Comercio esporádico en recintos o espacios reservados a las ferias populares y con ocasión de las mismas, y en espacios reservados con ocasión de acontecimientos deportivos, musicales o análogos y referida a productos relacionados con el espectáculo en cuestión.

d) 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 62. *Ordenanzas municipales.*

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

a) Los lugares y períodos en los que pueda desarrollarse la venta ambulante.

b) Las modalidades de venta ambulante admitida, teniendo en cuenta las características del Concejo.

c) Número total de puestos o licencias.

d) Productos que podrán ser ofrecidos en venta.

e) Tasa a pagar por la concesión de la licencia.

f) Régimen interno de funcionamiento del mercadillo, en su caso.

g) Previsión del régimen sancionador.

#### Artículo 63. *Licencias.*

1. Para la concesión de la licencia el peticionario habrá de acreditar, además de los distintos requisitos legalmente exigidos, hallarse inscrito en el Registro de Empresas y Actividades Comerciales.

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

3. Los Concejales remitirán cada año 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 64. *Lugares de venta.*

No podrá autorizarse la venta ambulante fuera de los lugares expresamente delimitados por los Concejales para la realización de la misma.

#### Artículo 65. *Información*

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

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

### CAPÍTULO VI

#### Venta ocasional

#### Artículo 66. *Venta ocasional.*

1. Se entiende por venta ocasional, a los efectos de la presente Ley, aquella que se realiza por un período inferior a un mes, con o sin subasta, en establecimientos

o locales que no estén destinados, con carácter permanente y habitual, a la actividad comercial y que no constituya venta ambulante.

2. Esta modalidad de venta deberá ser autorizada por el Concejo donde la misma se desarrolle.

3. En la solicitud se determinarán, como mínimo, los siguientes extremos:

- a) Identificación del vendedor.
- b) Descripción de las características del producto.
- c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) Título de uso del local.

4. Igualmente, el vendedor tiene la obligación de informar, de forma clara y fidedigna, acerca del origen de los productos que oferta.

## TÍTULO VI

### La actuación pública sobre la actividad comercial

#### Artículo 67. *Del fomento de la actividad comercial*

1. La Administración del Principado de Asturias, a través de la Consejería competente en materia de comercio, promoverá el desarrollo y modernización de la actividad comercial en todo el territorio de la Comunidad Autónoma.

2. La Administración del Principado impulsará y apoyará de forma especial todas aquellas iniciativas cuyo objetivo sea la distribución y venta de productos autóctonos asturianos.

3. La Administración del Principado establecerá, en el marco y ejercicio de sus competencias normativas en materia fiscal, un adecuado tratamiento de apoyo al pequeño y mediano comercio en el Principado de Asturias.

#### Artículo 68. *Medidas de actuación.*

1. A los efectos de lo dispuesto en el artículo anterior, la Administración del Principado de Asturias, a través de la Consejería competente en materia de comercio, desarrollará una política de reforma de las estructuras comerciales encaminada a la modernización y racionalización del sector. Dicha política tendrá como líneas principales de actuación las siguientes:

a) Establecer programas de ayudas para las pequeñas y medianas empresas comerciales con el fin de conseguir la modernización y mejora de su gestión comercial.

b) Proporcionar una formación permanente, continuada y actualizada a empresarios y trabajadores del sector con el fin de lograr una mayor productividad y eficacia en su gestión.

c) Apoyar técnica y financieramente la introducción de nuevas tecnologías, la integración y asociacionismo de empresas y, en general, cualquier acción o proyecto que redunde en la obtención de canales de comercialización con menores costes de intermediación, mayor eficacia y mejor servicio y calidad para el consumidor y usuario.

d) Promover, en colaboración con la Consejería competente en materia de ordenación territorial y urbanismo y los Concejos, proyectos de desarrollo de un adecuado urbanismo comercial, especialmente en los grandes núcleos de población.

e) Promover nuevas alternativas al comercio que permitan incrementar el nivel de calidad de vida de los ciudadanos.

f) Promover las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación

o indefensión en que puede encontrarse, individual o colectivamente, el consumidor o usuario.

g) Impulsar la consolidación, estabilidad y crecimiento del empleo de calidad en el sector comercial.

h) Incentivar la realización de estudios e investigaciones relacionadas con el sector del comercio que contribuyan a su mejora y modernización.

i) Realizar campañas de promoción del comercio.

j) Impulsar medidas de apoyo al comercio dirigidas a la eliminación de barreras arquitectónicas.

2. Para la consecución de las actuaciones recogidas en el apartado anterior, y en especial para fomentar la modernización de los equipamientos comerciales del Principado de Asturias y para desarrollar planes de actuación en áreas afectadas por el emplazamiento de grandes establecimientos comerciales, el Consejo de Gobierno podrá promover la celebración de convenios con otras Administraciones, así como con instituciones y asociaciones públicas o privadas.

#### Artículo 69. *Promoción del comercio en las zonas rurales.*

1. El comercio de las zonas rurales, entendiéndose por tal los pequeños establecimientos comerciales de corte tradicional ubicados en núcleos de población de menos de 1.000 habitantes, será objeto de programas específicos de fomento, asistencia técnica y ayudas por parte de la Administración del Principado de Asturias.

2. Los programas que se formulen y desarrollen en ejecución de las medidas previstas en el apartado anterior se adoptarán previo informe del Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias, y en colaboración con los Concejos en las materias de su competencia.

#### Artículo 70. *Certámenes comerciales.*

1. Se denominan certámenes comerciales las manifestaciones de carácter comercial que tengan por objeto la exposición, difusión y promoción comercial de bienes y/o servicios, facilitar el acercamiento entre la oferta y la demanda que conduzca a la realización de transacciones comerciales y potenciar la transparencia del mercado.

Previa autorización de la Consejería competente en materia de certámenes comerciales, podrán llevarse a cabo ventas directas durante su desarrollo.

2. Los certámenes comerciales definidos en el apartado anterior recibirán la denominación de «ferias» cuando su celebración tenga carácter periódico, y «exposiciones» cuando carezcan de dicho carácter.

3. Reglamentariamente se determinará la clasificación de los certámenes comerciales en función de la procedencia o de las características de los bienes y/o servicios objeto de los mismos.

4. La Administración del Principado fomentará su celebración y apoyará la asistencia a los mismos de las empresas y comerciantes asturianos.

#### Artículo 71. *Inspección.*

La Administración del Principado de Asturias, a través de la Dirección General competente en materia de comercio, y los Ayuntamientos, en el ejercicio de sus funciones de vigilancia, podrán inspeccionar productos, actividades, instalaciones y establecimientos comerciales, así como solicitar a sus titulares cuanta información resulte precisa en relación con los mismos.

**Artículo 72. Obligación de facilitar información.**

Los titulares de las empresas, establecimientos y actividades comerciales, así como sus representantes, están obligados a cumplir con los requerimientos e inspecciones que efectúe la Administración competente y sus agentes, acerca del cumplimiento de las prescripciones legales que regulen el ejercicio de la actividad comercial de que se trate.

**TÍTULO VII****Infracciones y sanciones****CAPÍTULO I****Infracciones****Artículo 73. Infracciones administrativas.**

Se consideran infracciones administrativas en materia de comercio las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ley y se clasifican en leves, graves y muy graves.

**Artículo 74. Infracciones leves.**

Se considerarán infracciones leves:

- a) No exhibir la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentariamente establecida.
- b) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en lugar visible de los mismos.
- c) El suministro de información inexacta o incompleta requerida por las autoridades o sus agentes y por los funcionarios de la Administración Comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación.
- d) Cualquier otro incumplimiento de los requisitos, prohibiciones y obligaciones establecidos en la normativa comercial que no esté tipificado como infracción grave o muy grave.

**Artículo 75. 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 los funcionarios de la Administración Comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación, y el suministro de información falsa.
- b) El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de actividades infractoras.
- c) Ejercer una actividad comercial sin autorización, cuando ésta sea necesaria.
- d) Realizar ventas a pérdidas, con excepción de las autorizadas en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como incumplir las normas sobre facturas que recoge el artículo 14 de esa Ley.
- e) Exigir precios superiores a aquéllos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
- f) El incumplimiento de los plazos máximos de pago que contempla el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como la falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria, y la falta de entrega de un efecto endosable a la orden en los supuestos y plazos

contemplados en el apartado 4 del citado artículo 17.

g) La realización de actividades comerciales en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales.

h) La venta bajo el anuncio o la denominación de «ventas con prima», «ventas en rebaja», «ventas en liquidación», «ventas de promoción» o «ventas de saldos», con inobservancia de las características legales definidoras de las mismas.

i) Estar afectados los objetos ofertados en las ventas con obsequio, en rebaja o en liquidación por alguna causa que reduzca su valor de mercado.

j) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de su oferta.

k) La oferta de operaciones en cadena o pirámide en la forma prohibida por el artículo 40 de la presente Ley.

l) Modificar durante el período de duración de la oferta de ventas con obsequio el precio o calidad del producto.

m) El incumplimiento del régimen establecido sobre la entrega de los obsequios promocionales.

n) Anunciar ventas como de fabricante o mayorista con incumplimiento de lo establecido al respecto en el artículo 35 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

ñ) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 7.2 de la presente Ley.

o) El incumplimiento del régimen establecido en la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre protección de los consumidores en el caso de los contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil.

p) El incumplimiento por parte de quienes otorguen contrato de franquicia de obligación de inscripción en el Registro a que se refiere el artículo 62.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

q) La prohibición de libre acceso y la expulsión de los clientes cuando sean injustificadas.

r) El incumplimiento de la obligación de inscripción en el Registro de Empresas y Actividades Comerciales del Principado de Asturias.

s) La reincidencia en infracciones leves, siempre que se den los requisitos establecidos en el artículo 67 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

**Artículo 76. Infracciones muy graves.**

Se considerarán infracciones muy graves:

a) El inicio de actuaciones de edificación, aun amparadas por una licencia municipal de obras, sin que se haya obtenido la pertinente licencia comercial específica de gran establecimiento regulada en el artículo 22 de la presente Ley.

b) Ejercer una actividad comercial sin previa autorización, cuando ésta sea preceptiva conforme a esta Ley.

c) Las que supongan grave riesgo para la salud y seguridad de las personas.

d) La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y por funcionarios de la Administración comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación, cuando se efectúe acompañada de violencia física o cualquier otra forma de presión o intimidación.

e) Las que, habiéndose calificado de graves, hayan supuesto una facturación superior a 600.000 euros.

f) La reincidencia en infracciones graves, siempre que se den los requisitos establecidos en el artículo 67 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

**Artículo 77. Responsabilidad.**

1. Serán responsables de las infracciones administrativas tipificadas:

a) Las personas físicas o jurídicas titulares de la empresa y actividades comerciales que serán, salvo prueba en contrario, aquéllas a cuyo nombre figure la autorización o licencia comercial correspondiente.

b) Las personas físicas o jurídicas que no disponiendo de la autorización o licencia obligatoria, en cada caso, realicen la actividad o mantengan abiertos establecimientos comerciales.

c) Las personas físicas o jurídicas que, por acción u omisión, contravengan lo dispuesto en la presente Ley.

2. El titular de la empresa, establecimiento o actividad será responsable administrativo de las infracciones cometidas por el personal a su servicio.

**Artículo 78. Prescripción de las infracciones.**

1. Las infracciones administrativas en materia de comercio prescribirán en los siguientes plazos:

- a) Las leves, a los seis meses.
- b) Las graves, a los dos años.
- c) Las muy graves, a los tres años.

2. El plazo de prescripción se computará a partir de la producción del hecho sancionable o de la terminación del período de comisión si se trata de infracciones continuadas y quedará interrumpido por la incoación del correspondiente expediente sancionador, con conocimiento del expedientado, reanudándose el cómputo si el procedimiento estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

**CAPÍTULO II****Sanciones****Artículo 79. Cuantía de las multas.**

Las infracciones a la presente Ley serán sancionadas con multa cuya cuantía se establecerá con la siguiente graduación:

- a) Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros.
- b) Las infracciones graves, con multa de 3.001 hasta 15.000 euros.
- c) Las infracciones muy graves, con multa de 15.001 hasta 600.000 euros.

**Artículo 80. Sanciones accesorias.**

1. La autoridad a quien corresponda la resolución del expediente podrá acordar, como sanción accesorias, el comiso de la mercancía adulterada, falsificada, fraudulenta, no identificada o que pueda suponer riesgo para el consumidor, debiendo destruirse si su utilización o consumo constituyeran un peligro para la salud pública. Será, en todo caso, el órgano sancionador el que deba determinar el destino final que debe darse a las mercancías decomisada en cada circunstancia. Los gastos que deriven de las operaciones de intervención, depósito, comiso, transporte y destrucción de la mercancía serán a cuenta del infractor.

2. El Consejo de Gobierno podrá acordar, en el supuesto de infracciones muy graves que supongan un grave riesgo para la salud, grave perjuicio económico o generen una amplia alarma social, el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo máximo de un año.

3. La autoridad a quien corresponda la resolución del expediente ordenará el cierre del establecimiento y la cesación de la actividad de grandes establecimientos que realicen actividad comercial sin la pertinente licencia comercial o contra los términos de la misma, con independencia de la multa que le pueda corresponder por tales hechos.

**Artículo 81. Criterios de graduación de las sanciones.**

1. Las sanciones se graduarán especialmente en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causados, volumen de la facturación a la que afecta, el grado de voluntariedad o intencionalidad del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, la capacidad económica, el plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción y reincidencia.

2. La sanción no podrá suponer más del 5 por 100 de la facturación del comerciante afectado por la infracción en el caso de las infracciones leves, del 50 por 100 en el caso de las infracciones graves y del volumen total de dicha facturación en el caso de infracciones muy graves, sin que en ningún caso pueda ser inferior a las cuantías mínimas de las multas previstas en el artículo 79.

**Artículo 82. Multas coercitivas.**

Con independencia de las sanciones previstas en los artículos 79 y 80, los órganos sancionadores, una vez transcurridos los plazos señalados en el requerimiento correspondiente relativo a la adecuación de la actividad o de los establecimientos a lo dispuesto en las normas, podrán imponer multas coercitivas conforme a lo previsto en el artículo 99 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. La cuantía de cada una de dichas multas no superará el 20 por 100 de la multa fijada para la infracción cometida.

**Artículo 83. Órganos competentes para la imposición de las sanciones.**

Los órganos competentes para la imposición de las sanciones establecidas en esta Ley son los siguientes:

- a) El Director general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, en el caso de las sanciones por infracciones leves.
- b) El titular de la Consejería competente en materia de comercio, en el caso de las sanciones por infracciones graves y muy graves, con la excepción prevista en el apartado siguiente.
- c) El Consejo de Gobierno del Principado de Asturias, en el caso de las sanciones por infracciones muy graves cuando lleven aparejados el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo máximo de un año o el cierre definitivo.

**Artículo 84. Prescripción de las sanciones.**

1. Las infracciones administrativas en materia de comercio prescribirán en los siguientes plazos:

- a) Las leves, a los seis meses.
- b) Las graves, a los dos años.
- c) Las muy graves, a los tres años.

2. El plazo de prescripción comenzará a contarse desde el día siguiente a aquél en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción.

3. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a contarse el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

### CAPÍTULO III

#### Procedimiento sancionador

##### Artículo 85. *Regulación.*

El procedimiento sancionador en materia de comercio interior en lo no previsto en la presente Ley se sustanciará conforme a lo dispuesto en la normativa reguladora para el ejercicio de la potestad sancionadora por la Administración del Principado de Asturias, debiendo, en todo caso, respetarse los principios contenidos en el capítulo II del título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

##### Artículo 86. *Iniciación.*

1. El procedimiento sancionador en materia de comercio se iniciará por acuerdo del titular de la Dirección General competente en materia de comercio adoptado como consecuencia de cualquiera de las actuaciones siguientes:

- a) Por la propia iniciativa del órgano competente en materia de comercio cuando tenga conocimiento de una presunta infracción por cualquier medio.
- b) Orden del órgano superior jerárquico.
- c) Petición razonada de la autoridad u órgano administrativo que tenga conocimiento de una presunta infracción.
- d) Denuncia de cualquier persona en cumplimiento o no de una obligación legal.

2. Con carácter previo a la incoación del procedimiento, la autoridad competente podrá realizar actuaciones al objeto de determinar si concurren las circunstancias que justifiquen la iniciación del procedimiento sancionador.

##### Artículo 87. *Medidas cautelares.*

1. La autoridad competente para la incoación del procedimiento sancionador podrá acordar, en cualquier momento del procedimiento, mediante resolución motivada y con audiencia previa del interesado, la adopción de medidas cautelares siempre que concurren circunstancias graves que afecten a la seguridad de las personas o de los bienes, que supongan perjuicios graves o manifiestos de difícil reparación, o que sea necesario para asegurar la eficacia de la resolución que, en su caso, pudiera recaer.

2. Estas medidas cautelares, que no tendrán el carácter de sanción, podrán mantenerse durante el tiempo preciso hasta la rectificación de los defectos existentes y como máximo hasta la resolución del procedimiento. Entre tales medidas, se encuentran las siguientes:

- a) Intervención cautelar de las mercancías objeto del procedimiento, siempre que existan indicios racionales de fraude o falsificación, imposibilidad de su identificación o incumplimiento de los requisitos mínimos establecidos para su comercialización.
- b) La clausura o cierre de establecimientos o instalaciones que no cuenten con las preceptivas autorizaciones.

c) La suspensión temporal de la actividad comercial hasta que se cumplan los requisitos para su ejercicio.

3. Con anterioridad al inicio del procedimiento sancionador, el órgano competente, de oficio o a instancia de parte, en los casos de urgencia y para la protección provisional de los intereses implicados, podrá adoptar las medidas que procedan por razones de seguridad. Tales medidas habrán de ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los quince días siguientes a su adopción.

En todo caso, las medidas adoptadas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento en dicho plazo o si el acuerdo de iniciación no se pronuncia expresamente acerca de las mismas.

##### Disposición adicional primera.

Las directrices sectoriales de equipamiento comercial tendrán una vigencia indefinida, debiendo revisarse cada cuatro años. No obstante, si se produjeran circunstancias que modifiquen sustancialmente la estructura de la oferta o la demanda comerciales, puede realizarse una revisión anticipada, general o parcial.

##### Disposición adicional segunda.

El Consejo de Gobierno suspenderá el otorgamiento de las licencias comerciales de grandes establecimientos reguladas en la presente Ley, por el período de un año, prorrogable por otro año más, mientras se elaboran o revisan las directrices sectoriales de equipamiento comercial.

##### Disposición adicional tercera.

Las cuotas de mercado establecidas para los grandes establecimientos comerciales, en el artículo 23.2 de esta Ley, tienen el mismo período de vigencia que las directrices sectoriales de equipamiento comercial, habiendo de establecerse en éstas los criterios para medir el grado de concentración empresarial en el mercado y para definir el área de influencia de un gran establecimiento comercial.

##### Disposición adicional cuarta.

La Administración del Principado dotará, en su caso, a la Consejería competente en materia de comercio de los medios personales y materiales necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del Registro a que se refiere el artículo 12 de esta Ley.

##### Disposición adicional quinta.

En todo lo no previsto en esta Ley, se estará a lo dispuesto en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y demás legislación estatal aplicable en la materia.

##### Disposición transitoria primera.

Hasta tanto no se constituya el Consejo Asesor del Comercio del Principado de Asturias, previsto en el artículo 13 de la presente Ley, los informes y consultas competencia del mismo serán realizados por el actual Consejo Asesor del Comercio Minorista del Principado de Asturias.

**Disposición transitoria segunda.**

Las personas físicas o jurídicas que, a la entrada en vigor de esta Ley, ejerzan una actividad comercial que suponga su inscripción obligatoria en el Registro de Empresas y Actividades Comerciales deberán proceder a realizar la citada inscripción en el plazo máximo de un año a contar desde la entrada en vigor del Reglamento que desarrolle la regulación del citado Registro.

**Disposición transitoria tercera.**

A los expedientes en tramitación de licencia comercial de grandes establecimientos comerciales les será de aplicación lo dispuesto en el capítulo II del título II de esta Ley.

**Disposición derogatoria.**

A la entrada en vigor de la presente Ley quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo previsto en la misma.

**Disposición final primera.**

Se autoriza al Consejo de Gobierno para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y ejecución de la presente Ley. En el plazo de un año desde su entrada en vigor habrá de aprobarse la totalidad de los desarrollos reglamentarios previstos en la presente Ley.

**Disposición final segunda.**

Dentro del año siguiente a la entrada en vigor de la presente Ley, el Consejo de Gobierno aprobará las directrices sectoriales de equipamiento comercial.

**Disposición final tercera.**

1. La cuantía de la tasa prevista en el artículo 29 de la presente Ley podrá ser actualizada por el Consejo de Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

2. Del mismo modo, la cuantía de las multas establecidas en la presente Ley podrá ser actualizada por el Consejo de Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

**Disposición final cuarta.**

En el plazo máximo de los tres meses siguientes a la entrada en vigor de esta Ley, el Consejo de Gobierno aprobará el Reglamento del Consejo Asesor de Comercio del Principado de Asturias.

**Disposición final quinta.**

Dentro de los quince días siguientes a la publicación del Reglamento a que se refiere la disposición final anterior, se designarán los Vocales del Consejo Asesor de Comercio, los cuales serán nombrados por Decreto del Consejo de Gobierno. El Decreto de nombramiento de Vocales establecerá también la fecha de la reunión constitutiva del Pleno del Consejo Asesor de Comercio.

Por tanto, ordeno a todos los ciudadanos a quienes sea de aplicación esta Ley coadyuven a su cumplimiento, así como a todos los Tribunales y Autoridades que la guarden y la hagan guardar.

Oviedo, diecinueve de noviembre de dos mil dos.

VICENTE ÁLVAREZ ARECES,  
Presidente

*(Publicada en el «Boletín Oficial del Principado de Asturias» número 278, de 30 de noviembre de 2002)*