

DECRETO 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

PREÁMBULO

La Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, vino a establecer una regulación claramente necesaria para la ordenación de un sector determinante en el marco de la economía nacional, como es el de la distribución comercial.

La regulación se vio completada con la aprobación de la Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la anterior, centrada en la regulación del régimen de los horarios comerciales, y demás cuestiones conexas con la materia.

Tras la aplicación práctica de la normativa estatal en el ámbito de la distribución comercial de la Comunidad de Madrid, y que se vino plasmando en una serie de Decretos y normas de desarrollo, la modificación estatutaria operada por Ley Orgánica 5/1998, de 7 de julio, posibilitó la aprobación de una norma única, con rango de Ley, en virtud de las competencias atribuidas por el artículo 26.3.1.2 del Estatuto de autonomía, y que se plasmó en la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Lógicamente, la complejidad de un sector como el comercial, más aún en una región como Madrid, determina la necesidad de aprobar una norma que sirva para desarrollar aquellos aspectos de la Ley que, por su propia naturaleza, precisan de una mayor concreción y precisión. A su vez, en la elaboración del presente Decreto ha sido necesario tener en cuenta las modificaciones que el Estado ha efectuado sobre la normativa estatal, en especial el Real Decreto-Ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios, y que motivaron la modificación de la Ley 16/1999, de 29 de abril. Por otro lado, hay que tener en consideración que parte del contenido de la Ley 16/1999, de 29 de abril, concretamente el Capítulo IV del Título I, dedicado a los diferentes Registros Comerciales, ya fue objeto de desarrollo por el Decreto 335/1999, de 9 de diciembre.

El presente Decreto se estructura del siguiente modo:

- El Título I se centra en la definición del alcance de la norma y en la determinación del concepto de actividad comercial, en la línea que ya lo hiciera la Ley 16/1999, de 29 de abril.

Al mismo tiempo se prevé la posibilidad de crear órganos específicos de promoción de la actividad comercial, para el ámbito de la Comunidad de Madrid.

- El Título II se destina a la regulación de los grandes establecimientos comerciales minoristas, a la vez que contiene la concreción del procedimiento específico para la solicitud de la licencia comercial de gran establecimiento, y las excepciones a la misma.

- El Título III se centra en la regulación de los horarios comerciales y los regímenes singulares que excepcionan o matizan su aplicación, como es el caso de la declaración de las zonas de gran afluencia turística.

- El Título IV regula las actividades de promoción de ventas y dentro de ellas el régimen de las rebajas, liquidaciones.

- El Título V trata las denominadas ventas especiales, incluyendo la regulación de las ventas con pérdida, adaptada a la modificación operada en la Ley 7/1996, de 15 de enero, por la Ley 55/1999, de 29 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social.
- El Título VI aborda el marco normativo relativo a las adquisiciones de los comerciantes y, en particular, los pagos a los proveedores, estableciendo sus plazos y garantías, de acuerdo a la última modificación de la Ley 7/1996, de 15 de enero.
- El Título VII, destinado a regular la Inspección de Comercio, su ámbito y forma de actuación, derechos, deberes y facultades.
- El Título VIII, finalmente, se centra en el régimen sancionador aplicable, conforme lo prevenido en la Ley 16/1999, de 29 de abril, y en el resto de la normativa vigente.

Informado por el Consejo Económico y Social y el Consejo de Consumo.

El presente Decreto se dicta de conformidad con lo dispuesto en el artículo 21.g) de la Ley 1/1983, de 13 de diciembre, de Gobierno y Administración, así como en la disposición final segunda de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

En su virtud, de acuerdo con el Consejo de Estado, a propuesta de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 18 de julio de 2002.

TÍTULO I

Disposiciones generales

Capítulo I

Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 1

Objeto

El presente Decreto tiene por objeto aprobar las normas de desarrollo de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Artículo 2

Ámbito de aplicación

El presente Decreto será de aplicación a las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid por comerciantes mayoristas o minoristas o por quienes actúen por cuenta de ellos, con las exclusiones y el carácter supletorio regulado en el artículo 2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

Capítulo II

De la actividad comercial

Artículo 3

Actividad comercial

A los efectos de este Decreto, se entiende por actividad comercial, minorista o mayorista, la definida en el Capítulo II del Título I de la Ley 16/1999, de 29 de abril, con las prohibiciones y restricciones contempladas en el mismo.

Artículo 4

Fomento de la actividad comercial

La Comunidad de Madrid, a través de la Consejería competente en la materia, establecerá programas de ayuda para la promoción comercial, en los términos fijados en el artículo 7 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, sin perjuicio de que se puedan crear, en su caso, órganos específicos para ello.

Capítulo III

Garantía y custodia de los artículos

Artículo 5

Sujetos

Los vendedores, en general, responderán de los artículos vendidos, en la forma determinada por el artículo 9 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

Artículo 6

Garantías

1. El vendedor deberá responder ante el consumidor de cualquier falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del bien, dentro de los plazos y condiciones establecidos por la normativa vigente sobre garantías.
2. Caso de faltar dicha conformidad, el consumidor podrá exigir que los bienes sean puestos en conformidad mediante la reparación o la sustitución del bien, sin cargo alguno, o una reducción adecuada del precio, o la resolución del contrato.
3. Podrá ofrecerse una garantía comercial, que obligará a la persona que la ofrezca en las condiciones establecidas en el documento de garantía y en la correspondiente publicidad.

Artículo 7

Custodia de artículos

1. Los establecimientos que reciban en custodia artículos para su reparación deberán entregar recibo escrito de los mismos, en el momento de la entrega, haciendo constar el comerciante, con suficiente precisión y claridad, al menos, los siguientes datos:
 - a) Identificación de la mercancía, con referencia a su denominación y características.
 - b) Estado en que se entrega, siendo suficiente una breve reseña sobre el estado de conservación del mismo.
 - c) Reparación que se solicita, con indicación de la anomalía que motiva la reparación.
 - d) Si se solicita o no presupuesto de la reparación, así como si la realización del mismo es gratuita o no. La expresión identificativa del importe efectivo, los impuestos o gravámenes que fueran de aplicación, así como los descuentos que le pudieran ser aplicados, en su caso, no será exigible necesariamente en el mismo momento de la entrega del bien.
 - e) Nombre, domicilio y teléfono del establecimiento, además de la firma de aquél que recepciona la mercancía, o en su defecto sello identificativo del establecimiento.
 - f) Nombre, domicilio y teléfono del depositario del artículo.
2. El referido recibo, con la información en él contenida, se considerará como documento justificativo suficiente para acreditar la entrega del bien, por parte del consumidor.

TÍTULO II

Establecimientos Comerciales

Capítulo I

De los Grandes Establecimientos Comerciales Minoristas

Artículo 8

Concepto de gran establecimiento comercial minorista

1. Tendrán la consideración de gran establecimiento comercial, a efectos de la licencia comercial específica, los definidos en el artículo 17.1 y 2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

2. De igual manera, tendrán esta calificación aquellos que, como resultado de un proyecto de ampliación, y sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 11 del presente Decreto, alcancen las superficies descritas en el referido artículo 17 de la citada Ley.

Artículo 9

Superficie útil para la exposición y venta al público

Por superficie útil para la exposición y venta al público se entenderá la definida en el artículo 17.3 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, sin perjuicio de lo establecido en la normativa vigente en materia de planeamiento y gestión urbanística en la regulación de Centros Comerciales y/o de Ocio.

Artículo 10

Licencia comercial de gran establecimiento

1. Con carácter general, la instalación de un gran establecimiento comercial minorista requerirá, en todo caso, en los términos de los artículos siguientes, la concesión de la licencia comercial de gran establecimiento, que será previa y necesaria a la concesión por los Ayuntamientos de las correspondientes licencias municipales.

2. Igualmente se requiere licencia comercial de gran establecimiento en los siguientes supuestos:

a) Las ampliaciones o modificaciones de un establecimiento comercial minorista requerirán igualmente la licencia comercial de gran establecimiento, en el caso de que la superficie útil de la ampliación o modificación haga que el establecimiento alcance los límites señalados en el artículo 17.1 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

b) El traslado del gran establecimiento comercial minorista, ya sea dentro o fuera del término municipal de la implantación inicial. En tal supuesto, serán igualmente de aplicación las limitaciones contenidas en el artículo 17.1 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, en función del término municipal al que se efectúe el traslado.

c) El cambio de la empresa titular que explota la licencia comercial del gran establecimiento comercial minorista.

Cuando dicho cambio de titularidad se produzca con respecto a establecimientos comerciales que vayan desarrollando su actividad comercial con anterioridad al mismo, el nuevo titular deberá solicitar la licencia comercial de gran establecimiento antes de iniciar su actividad, con independencia de que pueda continuar la preexistente, en los mismos términos en que se llevaba a cabo, hasta la resolución de la misma.

d) El cambio de promotor de un gran establecimiento comercial minorista, siempre que se hubiese concedido la licencia al promotor originario.

Artículo 11

Exclusiones a la necesidad de licencia comercial de gran establecimiento

1. No obstante lo dispuesto en el artículo 10 del presente Decreto, no se requerirá licencia comercial de gran establecimiento para aquellos proyectos que, por primera vez desde la entrada en vigor de la Ley 16/1999, de 29 de abril, supongan la ampliación o modificación del gran establecimiento comercial existente, y siempre que la superficie útil de venta en que vaya a verse

incrementado el establecimiento no exceda del 10 por 100 de la superficie útil de venta inicial.

2. En todo caso los proyectos de ampliación recogidos y amparados en este artículo, deberán comunicarse a la Dirección General competente en materia de comercio, a efectos de su conocimiento, en el plazo de un mes desde la concesión de la licencia municipal correspondiente, adjuntando la documentación acreditativa del alcance y contenido de la ampliación.

Capítulo II

Del Procedimiento para la Tramitación de la licencia comercial de gran establecimiento

Artículo 12

Solicitud de la licencia comercial de gran establecimiento

1. El procedimiento se iniciará a instancia del interesado, mediante solicitud conforme al artículo 70 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

2. La solicitud, dirigida a la Dirección General competente en materia de comercio de la Comunidad de Madrid, se presentará en el Registro General de la Consejería a la que aquélla está adscrita, o en cualquiera de los lugares previstos en el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

Artículo 13

Sujetos obligados a la solicitud de licencia comercial de gran establecimiento

1. Los sujetos obligados a presentar la solicitud de licencia comercial de gran establecimiento serán los previstos en el artículo 19 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

2. No obstante, en el caso de los establecimientos comerciales minoristas de carácter colectivo que integren establecimientos comerciales individuales cuya superficie útil para la exposición y venta al público sea superior a la establecida en los apartados a), b) y c) del artículo 17.1 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid, deberán presentar la solicitud de licencia comercial de gran establecimiento, tanto el promotor del establecimiento comercial de carácter colectivo como el explotador del establecimiento comercial individual que supere tales superficies.

3. No obstante, en los supuestos de cambio de titularidad por transmisiones de acciones o participaciones entre empresas, la licencia se solicitará:

a) Cuando la operación implique disolución de las empresas que venían explotando grandes establecimientos comerciales minoristas, por la nueva sociedad resultante, y para todos los establecimientos de aquéllas.

b) Cuando la operación implique la fusión o integración de una sociedad o sociedades en otra u otras ya preexistentes, por esta última, y para todos los establecimientos que vinieran siendo explotados por las sociedades que se integran en la misma.

Artículo 14

Documentación que se acompañará a la solicitud

1. La solicitud descrita en el artículo anterior se presentará acompañada de la siguiente documentación:

a) Documentación acreditativa de la personalidad del solicitante:

1. Las personas físicas aportarán:

- Fotocopia compulsada del Documento Nacional de Identidad y, en su caso, el de su representante.

- Fotocopia compulsada del Número de Identificación Fiscal y, en su caso, el de su representante.

- Domicilio, a efecto de notificaciones.

2. Las personas jurídicas aportarán:

- Fotocopias legalizadas de sus Escrituras de Constitución, debidamente inscritas en el Registro correspondiente, así como de las modificaciones que hayan tenido lugar.

- Fotocopia compulsada del Código de Identificación Fiscal de la sociedad.

- Los datos correspondientes al representante legal, haciendo constar el carácter con que intervienen en representación de la entidad, y acreditando la misma mediante cualquiera de los medios admitidos en

Derecho, así como fotocopia compulsada del Documento Nacional de Identidad y del Número de Identificación Fiscal.

-Domicilio a efectos de notificaciones.

b) Características del establecimiento comercial proyectado, con indicación de:

1. La superficie edificada total, la superficie útil destinada a la exposición y venta de productos al público y, en su caso, a la prestación de servicios complementarios, aseos, instalaciones, aparcamiento y similares, todo ello de acuerdo con lo dispuesto en la normativa urbanística vigente.

2. Se acompañará Anteproyecto que recoja los planos de planta, alzado y secciones del establecimiento.

3. Dirección completa del establecimiento, y plano de localización del establecimiento en el término municipal en el que se ubica al objeto de poder valorar la conveniencia de su localización geográfica, su distancia al casco urbano y los viarios de acceso de su entorno inmediato.

4. Acreditación de los derechos sobre la parcela.

5. Estudio de impacto de tráfico y situación del aparcamiento y número de plazas, teniendo en cuenta las dotaciones previstas en el planeamiento urbanístico y la normativa sectorial.

6. Superficies y características de la oferta comercial, de ocio y demás complementaria a la comercial prevista, con indicación del número de locales, distribución y tamaño, y cuando estuviese determinada, su actividad y operador, y en el supuesto de tratarse de un establecimiento de carácter colectivo: número de locales de venta, distribución y tamaño, y cuando estuviese determinada, su actividad y operador.

7. Presupuesto global y por capítulos de la inversión necesaria para hacer viable la puesta en funcionamiento del nuevo equipamiento comercial, así como aquella documentación que acredite la viabilidad económica y financiera del proyecto.

8. Certificado del Ayuntamiento relativo a la calificación urbanística del suelo en que se va a implantar, compatible con la actuación proyectada y, en su caso, de la calificación anterior del mismo.

9. Memoria descriptiva de la previsión y naturaleza del empleo que se prevé generar.

10. Previsiones de facturación y cuota de mercado estimada para el nuevo equipamiento.

11. Plazo estimado de ejecución y fecha estimada de apertura.

2. En los supuestos del artículo 17.1.b) y c) de la Ley 16/1999, de 29 de abril, el estudio de impacto de tráfico previsto en el apartado anterior podrá sustituirse por un análisis de la dotación y circulación interna de las plazas de aparcamiento del establecimiento comercial.

En los cambios de titularidad contenidos en el artículo 10.2.c) del presente Decreto, en relación con establecimientos que ya venían siendo explotados con anterioridad al mismo, será necesaria la presentación de la siguiente documentación:

a) Dirección completa del establecimiento y plano de localización del mismo en el término municipal en el que se ubique.

b) Indicación de las superficies y características de la oferta comercial, de ocio y demás complementaria, con indicación en su caso del número de locales, distribución y tamaño en el supuesto de tratarse de un establecimiento de carácter colectivo.

c) Información relativa al empleo del establecimiento, así como previsión y naturaleza del que se pueda generar.

d) Previsiones de facturación y cuota de mercado estimada del mismo.

3. La Dirección General competente en materia de Comercio, como órgano instructor del expediente, podrá recabar del interesado cuanta documentación o información adicional considere necesaria para la valoración del mismo. Dichos requerimientos interrumpirán el plazo máximo de resolución previsto en el artículo 22, en tanto no sean cumplimentados, en los términos de los artículos 42 y 71 de la Ley 30/1992, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

Artículo 15

Subsanación y mejora de la solicitud

Si la solicitud no reúne los requisitos exigidos o en el caso de falta de la documentación necesaria, se requerirá al interesado para que, en un plazo de diez días, subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos, con indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución que deberá ser dictada en los términos previstos en el artículo 42 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por Ley 4/1999, de 13 de enero.

Artículo 16

Informes

1. Una vez completa la documentación del expediente, se remitirá éste al Tribunal de Defensa de la Competencia u organismo que asuma sus funciones en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid, para la emisión de su Informe preceptivo y no vinculante.

2. Asimismo, una vez completo el expediente, se remitirá la documentación de éste que proceda en cada caso por razón de la competencia, a cada una de las Direcciones Generales que, conforme lo dispuesto en el artículo 18 de este Decreto, forman la Comisión de Evaluación, para la emisión simultánea de su correspondiente Informe, que tendrá carácter de preceptivo y no vinculante.

Artículo 17

Trámite de alegaciones

1. Simultáneamente a los informes del Tribunal de Defensa de la Competencia, u organismo que asuma sus funciones en el ámbito de la Comunidad de Madrid, y de las Direcciones Generales integrantes de la Comisión de Evaluación, y una vez completo el expediente, se iniciará el trámite de

alegaciones sobre el Proyecto objeto de la solicitud de licencia comercial de gran establecimiento, a las asociaciones y organizaciones empresariales del sector comercial, de consumidores y sindicatos más representativas en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

2. Igualmente, se solicitarán alegaciones al Ayuntamiento del término municipal en el que se implante el gran establecimiento comercial, y a la Cámara Oficial de Comercio e Industria en la Comunidad de Madrid.

Artículo 18

Comisión de Evaluación

1. Con el fin de valorar los expedientes, y con carácter consultivo, se crea una Comisión de Evaluación para informar la solicitud de licencia comercial de gran establecimiento.

2. La Comisión de Evaluación estará integrada por un Presidente, un Vicepresidente, siete Vocales y un Secretario, que serán:

- Presidente, el Consejero competente en materia de comercio o persona en quien delegue.

- Vicepresidente, el titular de la Dirección General de Comercio o persona en quien delegue.

- Vocales:

El titular de la Dirección General de Urbanismo y Planificación Regional o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Suelo o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Administración Local o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Carreteras o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Empleo o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Economía y Planificación o persona en quien delegue.

El titular de la Dirección General de Turismo o persona en quien delegue.

- Actuará de Secretario de la misma un funcionario de la Dirección General de Comercio.

Artículo 19

Criterios de valoración de la solicitud

1. La Comisión estudiará la solicitud en atención a las competencias de las Direcciones Generales miembros de la Comisión y la valorará ponderando los criterios establecidos en la Ley 7/1996, de 15 de enero, en su artículo 6, apartados 3 y 4, y en particular, la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en la zona de influencia del nuevo emplazamiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre su estructura comercial.

2. Esta valoración ponderada se efectuará teniendo en cuenta los siguientes criterios:

a) La localización del proyecto dentro del término municipal y su repercusión en el entorno territorial del mismo.

b) Otras inversiones previstas en el área de influencia y/o desarrollo del proyecto, y especialmente de carácter residencial y de ocio.

c) El nivel de equipamiento y dotación comercial que registre el área de influencia del nuevo equipamiento expresado en número de establecimientos y

metros cuadrados de superficie por habitante, así como la complementariedad y diversidad de la oferta existente.

d) Hábitos de consumo, gasto comercializable y nivel de satisfacción de la población consumidora con la oferta comercial y de ocio existente, así como las previsiones de evolución.

e) Accesibilidad al establecimiento proyectado, la incidencia del nuevo equipamiento en el tráfico rodado, la dotación de plazas de aparcamiento y las características del viario actual o previsto.

f) Características de los puestos de trabajo previstos y su contribución al mantenimiento del nivel de ocupación en el área de influencia.

g) Contribución del proyecto a la revitalización de las áreas comerciales existentes ya consolidadas, o mejora de las infraestructuras y equipamientos del área.

h) Cuando la naturaleza del equipamiento proyectado así lo permita, el nivel de participación en la superficie total de los diferentes tipos de ofertas complementarias que integre y, en especial, la relativa al ocio.

i) Características e incidencia medioambiental del proyecto.

Artículo 20

Supuestos especiales

1. No habrán de someterse a la consideración de la Comisión de Evaluación prevista en el presente Decreto:

a) Los proyectos relativos a la implantación de grandes establecimientos de carácter colectivo, de los contenidos en el artículo 17.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid, siempre que no integren entre su oferta ninguna unidad comercial con superficie útil para la exposición y venta al público superior a los 2.500 metros cuadrados, salvo que por su dimensión y localización pudieran derivarse efectos sobre la estructura comercial y urbanística de su entorno que aconsejen su estudio e informe por la Comisión.

b) Los proyectos contemplados en el artículo 17.1.b) y c) de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

c) Los supuestos de cambio de titularidad de establecimientos regulados en los artículos 10.2.c) y 13.3 del presente Decreto.

d) Los supuestos de establecimientos comerciales contemplados en los apartados 1 y 2 del artículo 24 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

2. En tales casos, previo el trámite de alegaciones regulado en el artículo 17, será preceptivo el Informe de la Dirección General competente en materia de comercio, una vez estudiado el Proyecto quien elevará propuesta de Resolución al Consejero competente por razón de la materia, resolviendo en los términos, plazos y con los efectos contenidos en el artículo 21 de este Decreto.

Artículo 21

Resolución

1. La Dirección General competente en materia de Comercio, una vez informado el Proyecto por la Comisión, elevará su propuesta de resolución junto al expediente y el Informe emitido por el Tribunal de Defensa de la Competencia, u organismo que asuma sus competencias en el ámbito de la Comunidad de Madrid, al Consejero competente en la materia.

2. El Consejero competente, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 3.6 del Anexo a la Ley 1/2001, de 29 de marzo, por la que se establece el plazo de duración máximo y el régimen del silencio administrativo de determinados procedimientos, resolverá en un plazo máximo de ocho meses desde que la solicitud tuviese su entrada en el Registro correspondiente, mediante Orden motivada, notificándose la misma dentro del mismo plazo. Transcurrido el plazo para resolver el procedimiento sin que hubiese recaído resolución expresa, la solicitud se entenderá desestimada por silencio administrativo.

3. La Orden del Consejero competente en la materia que resuelva acerca de la solicitud de la licencia comercial de gran establecimiento será notificada a los interesados y publicada en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, comunicándose al Consejo para la Promoción del Comercio de la Comunidad de Madrid.

4. Contra la Orden del Consejero competente en materia de comercio podrán interponerse los recursos que procedan.

Artículo 22

Comunicaciones de los Acuerdos municipales relativos a licencias de obra y de apertura

1. Los Ayuntamientos correspondientes deberán notificar, a la Consejería competente en materia de comercio interior, aquellos Acuerdos municipales de concesión o denegación de las licencias de obra y/o apertura, relativos a proyectos de grandes establecimientos comerciales resueltos por la Comunidad de Madrid.

2. La referida notificación habrá de producirse en el plazo de un mes desde la adopción del Acuerdo por el órgano local competente.

3. En todo caso, las concesiones o denegaciones de las licencias municipales correspondientes se producirán por los Ayuntamientos, con los efectos previstos en el artículo 21 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Artículo 23

Caducidad de la licencia comercial de gran establecimiento

1. La vigencia de la licencia comercial de gran establecimiento caducará en el plazo de un año a contar desde la notificación de su concesión, sin que se hubiesen iniciado las obras o dos años sin que se hubiese producido la apertura.

2. La caducidad de la licencia comercial de gran establecimiento supondrá la necesidad de instar nuevamente la solicitud a la que se refiere el artículo 10 de este Decreto.

3. No obstante lo anterior, el interesado podrá solicitar, mediante escrito motivado y con antelación mínima de un mes al vencimiento del plazo contenido en el apartado 1 de este artículo, la concesión de una única prórroga de la vigencia de la licencia por un período máximo de dos años, a contar desde su notificación.

Artículo 24

Revocación de la licencia comercial de gran establecimiento

El incumplimiento de las condiciones contenidas en la Orden de concesión dará lugar a la revocación de la licencia comercial de gran establecimiento, previa la tramitación del correspondiente expediente administrativo, y por resolución motivada.

Capítulo III

De Otros Establecimientos Sometidos a Autorización

Artículo 25

Establecimientos denominados de "descuento duro"

1. Se entenderán por establecimientos denominados de "descuento duro" los definidos en el artículo 24.1 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.
2. El procedimiento para su autorización será el regulado en el artículo 20.2 del presente Decreto.

Artículo 26

Medianos establecimientos comerciales minoristas

1. Se entenderán por medianos establecimientos comerciales minoristas los definidos en el artículo 24.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.
2. Estos establecimientos estarán sometidos al trámite preceptivo de autorización previa por el órgano competente con anterioridad a la obtención de las licencias municipales correspondientes.

Asimismo, estarán sometidos a esta autorización los proyectos de ampliación sobre establecimientos de menor dimensión que les hagan alcanzar o superar la superficie útil de exposición y venta de 750 metros cuadrados, sin que alcancen las superficies establecidas en el artículo 17.1 de la Ley 16/1999, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

3. En los supuestos en que se solicita autorización para un colectivo de establecimientos dentro de un plan global de expansión en la Comunidad de Madrid, la solicitud de autorización podrá efectuarse de forma conjunta para todos los establecimientos.

4. El procedimiento de autorización se iniciará a instancia del interesado, mediante solicitud.

La solicitud, dirigida a la Dirección General competente en materia de comercio de la Comunidad de Madrid, se presentará en el Registro General de la Consejería a la que aquélla está adscrita, o en cualquiera de los lugares previstos en el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

A la solicitud se acompañará la documentación contemplada en el apartado a) del artículo 14 del presente Decreto.

Asimismo, se incorporará la documentación contenida en el apartado b) del mencionado artículo referida a los puntos 1, 2, 3, 6, 7, 9, 10 y 11, siempre adaptada a la naturaleza del proyecto.

5. La Dirección General competente en materia de comercio, una vez estudiado el proyecto, procederá a valorar las siguientes circunstancias:

- a) La incidencia del establecimiento sobre la estructura comercial de la zona donde se implante y de su área de influencia.

- b) La dotación y en su caso complementariedad de otras actividades económicas.

- c) La mejora de la oferta comercial para los consumidores.

- d) El incremento del nivel de competencia.

- e) La contribución del proyecto al desarrollo del área o de la región especialmente en los supuestos de planes globales de expansión empresarial.

6. La Dirección General competente en materia de comercio emitirá el correspondiente informe y elevará propuesta de Resolución al Consejero competente por razón de la materia.

7. El Consejero competente resolverá en un plazo máximo de seis meses desde que la solicitud tuviese su entrada en el Registro de la Consejería

competente en la materia, mediante Orden motivada, notificándose la misma dentro del mismo plazo. Transcurrido el plazo para resolver el procedimiento sin que hubiese recaído resolución expresa, la solicitud se entenderá estimada por silencio administrativo.

Artículo 27

Establecimientos comerciales de precio único y similares

1. Los establecimientos comerciales cuya actividad sea la venta de productos diversos a un precio especialmente reducido se encuentran sujetos al deber de acreditación establecido en el artículo 22 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, con anterioridad al inicio de la actividad.

2. Para ello, deberán aportar la siguiente documentación:

a) Licencia municipal.

b) Alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

c) Otros permisos y autorizaciones establecidos en la legislación vigente.

d) En el caso de personas físicas, el Documento Nacional de Identidad y Número de Identificación Fiscal del titular del establecimiento, y en el supuesto de personas jurídicas, Escrituras de Constitución, debidamente inscritas en el Registro correspondiente, así como el Código de Identificación Fiscal.

3. El modelo de comunicación, que habrá de ser expuesto en lugar visible del establecimiento, será el que figura en el Anexo del presente Decreto.

Artículo 28

Establecimientos de venta de temporada u ocasional

Los establecimientos de venta de temporada u ocasional, o aquellos habilitados dentro de otros no dedicados a la actividad comercial, regulados en el artículo 23 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, quedan sujetos a la acreditación regulada en el artículo anterior del presente Decreto.

TÍTULO III

Horarios Comerciales y Zona de Gran Afluencia Turística

Capítulo I

Horarios Comerciales

Artículo 29

Horario en días laborables

Cada comerciante determinará libremente el horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales, así como los días en que se desarrollará su actividad, que durante el conjunto de los días laborables de la semana será, como máximo, de noventa horas.

Artículo 30

Publicidad de horarios

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

Artículo 31

Actividad en domingos y festivos

1. Los domingos y festivos que anualmente se determinen, conforme al procedimiento establecido en el apartado tercero de este artículo, serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial.

No obstante lo dispuesto anteriormente, en defecto de las disposiciones autonómicas sobre la materia regulada en el apartado tercero, cada comerciante determinará, con plena libertad y sin limitación legal alguna en

todo el territorio de la Comunidad de Madrid, los domingos y festivos en los que desarrollará su actividad comercial.

2. En todo caso, el horario en domingos y festivos autorizados, no podrá exceder de doce horas.

3. El calendario comercial que regirá al año siguiente comprensivo de los domingos y festivos que se consideren hábiles a efectos de apertura comercial, según la normativa vigente en cada momento, se publicará por el Gobierno de la Comunidad de Madrid, a propuesta del Consejero competente en la materia, antes del 31 de diciembre de cada año, sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 28 de la Ley 16/1999.

Previamente será sometido a audiencia de las asociaciones u organizaciones empresariales del sector comercial, de consumidores y usuarios y sindicatos más representativos en la región de

Madrid, así como a la Cámara Oficial de Comercio e Industria en la Comunidad de Madrid, que podrán presentar las alegaciones que estimen pertinentes disponiendo para ello de un plazo de quince días.

4. Independientemente de lo establecido en el apartado anterior, a solicitud de las Corporaciones Locales, se podrán declarar hábiles, a efectos de la actividad comercial, las fiestas locales de cada municipio.

La solicitud de dichas entidades, para tales efectos, y con carácter general deberá realizarse con anterioridad al 15 de diciembre de cada año a la Consejería competente en materia de comercio, para su incorporación al calendario comercial que regirá al año siguiente comprensivo de los domingos y festivos hábiles a efectos de apertura comercial. No obstante y con carácter excepcional, cabe que dicha solicitud sea realizada con posterioridad por estas Corporaciones Locales siempre que concurren circunstancias que así lo justifiquen y se acredite debidamente en el expediente con antelación mínima de un mes a la fecha solicitada.

Dicha incorporación se realizará con posterioridad a la fecha de aprobación del Decreto regulado en el apartado anterior y mediante Orden del Consejero competente en la materia, que se publicará en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Artículo 32

Establecimientos con libertad horaria en domingos y festivos

Tendrán plena libertad para abrir los domingos y festivos:

a) Los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales, así como los establecimientos que diferencien y delimiten el acceso individualizado a estos productos, porque dispongan de una sección específica a tal fin, y los que presten servicios de esta naturaleza. Son productos culturales aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales. Tendrán dicha consideración los siguientes: Libros en cualquier soporte, la música en cualquier formato, periódicos, revistas, instrumentos musicales, vídeos en sus diversos soportes, sellos, monedas, medallas conmemorativas, billetes para coleccionistas, artículos de dibujo y bellas artes, obras de arte, antigüedades, recuerdos y de artesanía popular.

b) Los pequeños y medianos establecimientos situados en el entorno inmediato de los mercados y mercadillos de venta ambulante autorizados que tradicionalmente se celebren en domingos y festivos, que podrán permanecer abiertos el mismo horario que éstos.

c) Los pequeños y medianos establecimientos comerciales para la celebración en los mismos de exposiciones, certámenes comerciales para la actividad de lanzamiento de un nuevo producto, siempre que no se venda al público y que se comunique con antelación a la fecha prevista de su realización a la Consejería competente en materia de certámenes comerciales. Cuando la exposición se celebre junto a otros productos del establecimiento, éstos tampoco podrán venderse al público.

Artículo 33

Establecimientos con plena libertad

1. Tendrán plena libertad horaria:

a) Los establecimientos comerciales cuya oferta habitual esté predominantemente formada por pan y bollería industrial, pastelerías y reposterías, platos preparados, elaboración y venta de churros, patatas fritas, frutos secos y dulces, prensa, combustibles y carburantes, floristería y plantas, así como los instalados en aeropuertos y estaciones de transporte y los situados dentro de establecimientos hoteleros.

Se entenderá que existe oferta habitual predominante, a efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, cuando el número de las referencias autorizadas supere en más de un 50 por 100, a las no autorizadas.

b) Los establecimientos situados en zonas declaradas de Gran Afluencia Turística, así como los homologados con horario especial de apertura en domingos y festivos.

c) Establecimientos de reducida dimensión distintos de los anteriores, que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 metros cuadrados, excluidos los que pertenecen a grupos de distribución u operen bajo el mismo nombre comercial que aquéllos.

A estos efectos, se considerará "grupo de distribución" el conjunto de establecimientos pertenecientes a empresas que dispongan de:

1. Un volumen de negocio anual que exceda de 40 millones de euros o cuyo balance anual exceda de 27 millones de euros.

2. Que ocupe a más de 250 trabajadores.

3. Que pertenezca a un grupo de empresas vinculadas, que incurran en cualquiera de los apartados anteriores.

2. Asimismo, tendrán plena libertad horaria las denominadas tiendas de conveniencia. Se entenderá como tales aquellas que, con una superficie útil para la exposición y venta al público, no superior a 500 metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.

A estos efectos, se entenderá que la oferta se distribuye en forma similar, cuando la misma se ajuste a las siguientes condiciones:

a) Libros, periódicos, revistas, discos y vídeos, entre el 15 y el 35 por 100 de los metros cuadrados de la superficie útil de exposición y venta.

b) Artículos de alimentación: Entre el 30 y el 50 por 100 de los metros cuadrados de la superficie útil de exposición y venta.

c) Juguetes, regalos y artículos varios: Entre el 15 y el 35 por 100 de los metros cuadrados de la superficie útil de exposición y venta.

Capítulo II

Zona de Gran Afluencia Turística

Artículo 34

Declaración de Zona de Gran Afluencia Turística

1. La Consejería competente en materia de comercio podrá declarar Zona de Gran Afluencia Turística a la totalidad de un término municipal, o parte de éste, ya sea para la totalidad del comercio o para un tipo de actividad comercial en concreto.

La declaración, que supone la libertad para la apertura y cierre de los establecimientos comerciales, podrá incluir los períodos estacionales a que se contrae la aplicación de la libertad de apertura.

2. El procedimiento para la declaración de Zona de Gran Afluencia Turística se podrá iniciar por cualquiera de los medios establecidos en el artículo 31.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, y deberá fundamentarse en algunos de los criterios contemplados en el artículo 31.3 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.

3. El procedimiento para la declaración de Zona de Gran Afluencia Turística se iniciará de la siguiente forma:

a) En los supuestos a) y b) del artículo 31.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, mediante solicitud formulada ante la Dirección General competente en materia de comercio, acompañando certificación o documentación acreditativa de los criterios que fundamentan tal solicitud, contemplados en el artículo 31.3 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, e informe de la Dirección General competente en materia de turismo.

b) En el supuesto c) del artículo 31.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de acuerdo con lo establecido en el artículo 69 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

4. Recibida la solicitud, las asociaciones de empresarios del sector comercio, sindicales y de consumidores más representativas a nivel regional, así como a la Cámara Oficial de Comercio e Industria en la Comunidad de Madrid y la Federación de Municipios de Madrid, podrán, al ser consultadas, formular sus alegaciones en el plazo máximo de diez días.

Una vez evacuado el trámite de alegaciones y la emisión de los respectivos informes, la Dirección General competente en la materia elevará al Consejero competente en materia de comercio la correspondiente propuesta de declaración de Zona de Gran Afluencia Turística, el cual resolverá lo que proceda.

5. Las solicitudes se entenderán estimadas si no se resolviese de forma expresa, y se notificara la resolución, en el plazo de tres meses a contar desde la fecha de su presentación en el Registro de la Consejería correspondiente, a través de la utilización de cualquier medio de los establecidos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

6. Los horarios comerciales de las Zonas de Gran Afluencia Turística se entenderán automáticamente prorrogados con carácter anual salvo renuncia expresa de los interesados.

7. Cualquier modificación de las condiciones que se tuvieron en cuenta para la declaración de la Zona de Gran Afluencia Turística deberá ser oportunamente comunicada a la Dirección General competente en materia de comercio, por si pudiera conllevar la modificación del régimen de declaración de Zona de Gran Afluencia Turística.

TÍTULO IV

Actividades de Promoción de Ventas

Capítulo I

Ventas de Promoción

Artículo 35

Concepto

Se consideran ventas de promoción aquellas que tienen por finalidad dar a conocer un nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos, mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos homogéneos, que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales.

Artículo 36

Requisitos

1. Los productos en promoción no podrán estar deteriorados o ser de inferior calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.
2. Será de aplicación a las ventas de promoción lo dispuesto en el artículo 39 del presente Decreto.

Artículo 37

Deber de información

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

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta.
- c) El período de vigencia de la promoción.
- d) Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta, para lo cual la empresa promotoradora dispondrá de un número de productos razonablemente superior a lo que habitualmente vende cuando éstos no están en promoción.

Si llegaran a agotarse durante la promoción las existencias de alguno de los productos ofertados, el comerciante podrá prever 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 estuviese 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, al mismo precio.

2. En el establecimiento en el que se desarrollan las ventas de promoción, deberá figurar la información del apartado anterior, con total claridad y ubicado en sitio perfectamente visible para el público.

Capítulo II

Ventas con obsequio

Artículo 38

Concepto

Se consideran ventas con obsequio aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de artículos regulados en el Capítulo anterior.

Artículo 39

Requisitos, entrega de los obsequios y prohibición de ofertas conjuntas

1. Serán de aplicación a las ventas con obsequio los siguientes preceptos:

- a) Durante el período de oferta de venta con obsequio queda prohibido modificar al alza el precio, así como disminuir la calidad del producto.
 - b) El número de existencias con las que cuenta el comerciante para hacer frente a la obligación de entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar claramente en el establecimiento a disposición del público.
 - c) Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra, o en plazo máximo de dos meses, a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos y éste, en su caso, lo solicitara. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes productos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de finalización de la promoción.
 - d) En el caso de que los obsequios ofrecidos formen parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualquiera de aquellos por otro distinto, a no ser que en la oferta pública del incentivo se haya establecido otro procedimiento para obtener las diferentes piezas de la colección o conjunto.
 - e) En todo caso, se respetarán los derechos e intereses de los consumidores establecidos en la legislación vigente.
 - f) 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 productos o servicios.
2. Queda prohibido ofrecer conjuntamente y como una unidad de contratación dos o más clases o unidades de artículos excepto en los casos siguientes:
- a) Cuando exista una relación funcional entre los artículos ofertados.
 - b) Cuando sea práctica comercial común vender ciertos artículos en cantidades superiores a un determinado mínimo.
 - c) Cuando se ofrezca, simultáneamente, la posibilidad de adquirir los artículos por separado y a su precio habitual.
 - d) Cuando se trate de lotes o grupos de artículo presentados conjuntamente por razones estéticas o para ser destinados a la realización de obsequios.
- En todo caso, será de aplicación lo dispuesto al respecto en la legislación sobre defensa de la competencia.

Capítulo III

Venta en Rebajas

Artículo 40

Concepto

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.
2. No cabe especificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Artículo 41

Temporada de rebajas

1. Las ventas en rebajas que se establecen para la Comunidad de Madrid serán:

Del 1 de enero al 31 de marzo, ambos inclusive, para la temporada de invierno.
Del 21 de junio al 21 de septiembre, ambos inclusive, para la temporada de verano.

Las citadas fechas podrán ser modificadas por Orden del Consejero competente en materia de comercio, siempre que se celebren en las temporadas que se fijan, y atendiendo a los usos y costumbres y a los períodos de mayor venta.

2. Dentro de dichas temporadas, la duración de cada período de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, de acuerdo con la decisión libre de cada comerciante. En todo caso, las fechas de las rebajas elegidas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

Artículo 42

Requisitos y condiciones

1. No podrá anunciarse la venta en rebajas en un establecimiento comercial cuando la misma afecta a menos de la mitad de los productos ofrecidos, sin perjuicio que pueda anunciarse la de cada producto o artículo en concreto, así como la de artículo que pertenezcan a una misma categoría.

2. En el supuesto que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

3. En todo caso, las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto al precio habitual el precio rebajado de los mismos productos comercializados en el establecimiento.

4. Los artículos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad y, durante el plazo mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas.

Capítulo IV

Ventas en Liquidación

Artículo 43

Concepto

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

a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.

b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.

c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.

d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

2. No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

3. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

4. Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

Artículo 44

Requisitos

Las ventas en liquidación, además, deberán cumplir los siguientes requisitos:

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

b) La liquidación por la realización de obras de importancia, sólo será posible cuando las mismas requieran el cierre del local.

c) La liquidación en los supuestos de fuerza mayor sólo será posible cuando obstaculice el desarrollo normal del negocio por un período continuado como mínimo de un mes.

d) La liquidación de los productos debe efectuarse en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, salvo en los casos de cierre inminente del local y de los de fuerza mayor.

Artículo 45

Duración y reiteración

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

2. En el curso de los tres años siguientes a la finalización de una venta por liquidación, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad, sobre productos similares a los que hubiesen sido objeto de liquidación, por cualquiera de los motivos señalados en los párrafos a) y b) del apartado 1 del artículo 43 del presente Decreto.

Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, por cese total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

TÍTULO V

Ventas Especiales

Capítulo I

Venta de Saldos

Artículo 46

Concepto

1. Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa de deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos.

2. No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

3. Tampoco cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, excepción hecha de los establecimientos dedicados específicamente al referido sistema de venta.

4. Los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos, indicando claramente en el exterior su actividad.

Artículo 47

Deber de información

1. Los comerciantes podrán practicar la venta de saldos, siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones. Informarán de la duración de los saldos y en el caso de ser permanentes se hará constar tal circunstancia.

2. En la actividad promocional de saldos, se empleará la denominación de saldos o restos y se prestará especial atención a que

las sugerencias de la existencia de ventajas económicas para el consumidor, se correspondan con la realidad de los productos objeto del mismo.

3. Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados deberá constar expresamente esta circunstancia de manera precisa y ostensible, de forma que sean susceptibles de ser identificados por el consumidor.

Capítulo II

Venta Automática

Artículo 48

Concepto

Es venta automática la forma de distribución 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 49

Información y condiciones

1. En todas las máquinas de venta deberá figurar con claridad cuál es el producto que expenden, su precio, si devuelve cambio de moneda, así como el tipo de moneda fraccionaria con la que funcione, instrucciones para la obtención del producto deseado, datos de homologación del aparato, identidad del oferente y número de inscripción en el correspondiente registro, así como una dirección y teléfono donde se atenderán las reclamaciones, así como el resto de las indicaciones obligatorias de acuerdo con la normativa en materia de consumo.

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

3. No se podrán comercializar productos alimenticios que no estén envasados o etiquetados conforme a la normativa aplicable.

Artículo 50

Responsabilidad y homologación

1. En el caso de que las máquinas de venta estén instaladas en un local destinado al desarrollo de una empresa o actividad privada, los titulares de la misma responderán subsidiariamente con el de la propia máquina frente al comprador del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la venta automática.

2. Las máquinas destinadas a este tipo de ventas deberán haber sido homologadas por el departamento de la Comunidad de Madrid competente por razón de la materia.

Capítulo III

Venta con pérdidas

Artículo 51

Ámbito de aplicación

Las obligaciones contenidas en el presente Capítulo serán exigibles tanto a los comerciantes minoristas como a los mayoristas, así como a aquellas actividades intermediarias que se dediquen a centralizar compras por cuenta de comerciantes minoristas.

Artículo 52

Concepto

1. Se considerará que existe venta con pérdida cuando el precio aplicado a un producto sea inferior al de adquisición según factura, deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren en la misma, o al de reposición si éste fuese inferior a aquél, o al coste efectivo de producción si el artículo hubiese sido fabricado por el propio comerciante, incrementados en las cuotas de los impuestos indirectos que graven la operación.

2. No se computarán, a los efectos de la deducción en el precio a que se refiere el párrafo anterior, las retribuciones o las bonificaciones de cualquier tipo que signifiquen compensación por servicios prestados.

3. En ningún caso, las ofertas conjuntas o los obsequios a los compradores podrán utilizarse para evitar la aplicación de lo dispuesto en el presente artículo.

Artículo 53

Excepciones

No se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida, excepto en los siguientes supuestos:

a) En los supuestos regulados para las ventas de saldos y ventas en liquidación.

b) Cuando quien la realice tenga por objeto alcanzar los precios de uno o varios competidores con capacidad para afectar, significativamente, a sus ventas.

c) Que se trate de artículos perecederos en las fechas próximas a su inutilización. A estos efectos, se entenderá por productos perecederos aquellos así definidos por la normativa reguladora vigente en la materia.

Artículo 54

Requisitos

1. Las facturas emitidas por los fabricantes y por los proveedores del comercio minorista en general, por la entrega de las mercancías objeto de su comercio, deben describir explícitamente todos los conceptos en cuya virtud se establezca el precio de adquisición de productos.

2. Cuando una misma factura se refiera a diferentes artículos se especificarán con claridad todos los descuentos que afecten a cada uno de ellos, si es que existen y fueran diferentes.

3. Cuando una misma factura se refiera a artículos gravados con tipos fiscales impositivos distintos, deberán diferenciarse las partes de la operación sujetas a cada tipo.

4. Las bonificaciones, descuentos y conceptos análogos, sujetos al cumplimiento de condiciones futuras no podrán ser considerados como descuentos mientras no se cumplan aquellas condiciones a las que están sujetas, de acuerdo con lo establecido en los artículos 1.113 y 1.114 del Código Civil.

TÍTULO VI

Adquisiciones de los comerciantes

Artículo 55

Régimen jurídico y ámbito de aplicación

El régimen jurídico de las adquisiciones de toda clase de productos efectuadas por comerciantes se sujetará a lo dispuesto en los artículos 16 y 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y en la legislación civil y mercantil con las especialidades contenidas en el artículo siguiente, obligaciones, que serán exigibles a los comerciantes y a las entidades de cualquier naturaleza jurídica que se dediquen al comercio mayorista o que realicen adquisiciones o presten servicios de intermediación para negociar las mismas por cuenta o encargo de otros comerciantes.

Artículo 56

Pagos a los proveedores y documentación

1. A falta de pacto expreso, se entenderá que los comerciantes deben efectuar el pago del precio de las mercancías que compren el mismo día de su recepción.

2. Los comerciantes, a quienes efectúen las correspondientes entregas, quedarán obligados a documentar, en el mismo acto, la operación de entrega y recepción con mención expresa de su fecha.

Del mismo modo, los proveedores deberán indicar en su factura el día del calendario en que debe producirse el pago.

Las facturas deberán hacerse llegar a los comerciantes antes de que se cumplan treinta días desde la fecha de entrega y recepción de las mercancías o del último día del mes cuando en una sola factura se incluyan las operaciones realizadas para un mismo destinatario a lo largo de un mes natural.

3. Los aplazamientos de pago de productos alimenticios perecederos no excederán en ningún caso de treinta días, contados a partir del día en que se entregue la mercancía. A estos efectos, se entenderá por productos perecederos aquellos así definidos por la normativa reguladora vigente en la materia.

4. Sin perjuicio de lo establecido en el apartado anterior, cuando los comerciantes acuerden con sus proveedores aplazamientos de pago que excedan de los sesenta días desde la fecha de entrega y recepción de las mercancías, el pago deberá quedar instrumentado en documento que lleve aparejada acción cambiaria con mención expresa de la fecha de pago, indicada en la factura. En el caso de aplazamientos superiores a noventa días este documento será endosable a la orden. En todo caso, el documento se deberá emitir o aceptar por los comerciantes dentro del plazo de treinta días a contar desde la fecha de la recepción de la mercancía, siempre que la factura haya sido enviada. Para la concesión de aplazamientos de pago superiores a ciento veinte días, el vendedor podrá exigir que queden garantizados mediante aval bancario o seguro de crédito o caución.

5. En cualquier caso, se producirá el devengo de intereses moratorios en forma automática a partir del día siguiente al señalado para el pago o, en defecto de pacto, a aquel en el cual debiera efectuarse de acuerdo con lo establecido en el apartado 1. El tipo aplicable para determinar la cuantía de los intereses será un 50 por 100, superior al señalado para el interés legal, salvo cuando el interés pactado fuera superior.

6. Las facturas se entenderán aceptadas en todos sus términos y reconocidas por sus destinatarios, cuando no hayan sido objeto de reparo en el plazo de los veinticinco días siguientes a su remisión. En el caso de que no sean conformes se dispone sobre la anterior un plazo adicional de diez días para su subsanación y nueva remisión de la correspondiente factura rectificada. A los efectos de lo dispuesto en este artículo, no se tendrán en cuenta las modificaciones contenidas en facturas rectificativas emitidas en fecha posterior a los plazos indicados.

TÍTULO VII

La Inspección de Comercio

Artículo 57

La Inspección de Comercio de la Comunidad de Madrid

1. A los inspectores adscritos a la Dirección General competente en materia de comercio les corresponde ejercer las funciones que se regulan en el artículo 56.1 de la Ley 16/1999, de 29 de abril.
2. La inspección de comercio actuará coordinadamente con la de las Corporaciones Locales y con los órganos inspectores en materia de consumo, y aquellas otras de carácter autonómico con competencia sectorial.
3. Los órganos de la Administración Autonómica y de las Corporaciones Locales, en el ámbito de sus respectivas competencias, facilitarán a la Inspección de Comercio de la Comunidad de Madrid cuanto apoyo e información sean necesarios para el desempeño eficaz de sus funciones.

Artículo 58

Ámbito de actuación

Las actuaciones de inspección y control que desarrolle la Dirección General competente en materia de comercio se llevarán a cabo sobre las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid por comerciantes o por quienes actúen por cuenta de ellos, comprobándose que se adecuan a la legalidad en materia comercial.

Artículo 59

El Personal Inspector

1. El personal de la Inspección de comercio, cuando actúe en el ejercicio de su función inspectora, tendrá la consideración de autoridad a todos los efectos y especialmente respecto de la responsabilidad administrativa y penal de quienes ofrezcan resistencia o desobediencia o cualquier otro acto penalmente punible contra ellos, de hecho o de palabra, en acto de servicio o con motivo del mismo.
2. Para el desarrollo de sus actuaciones inspectoras, podrán solicitar el apoyo, concurso, auxilio y protección que les resulten precisos de cualquier otra autoridad o sus agentes, que deberán prestársela, en los términos establecidos legalmente.
3. El personal inspector, cuando actúe en el ejercicio de sus funciones, deberá ir debidamente acreditado, estando obligados a mantener estricto sigilo profesional respecto a las informaciones obtenidas.

Artículo 60

Facultades del Personal Inspector

1. En el ejercicio de sus funciones, el personal inspector podrá visitar todo tipo de establecimientos que tengan relación directa o indirecta con la investigación que esté llevando a cabo. Podrá también requerir la comparecencia y

colaboración de cualquier persona, física o jurídica, que de forma directa o indirecta puedan tener alguna relación con el objeto de la inspección, así como solicitar los documentos mercantiles, contables, o de cualquier otro tipo que considere relevantes para la investigación.

2. Cuando por la naturaleza de las diligencias y para la mejor realización de las mismas se requiera documentación y comparecencias, a las cuales se hace referencia en el punto anterior, se podrá efectuar durante la visita inspectora o por cualquier medio aceptado en derecho, en la empresa inspeccionada, en los locales relacionados con la actividad y en las dependencias de los propios órganos de control.

3. También podrán llevar a cabo investigaciones de mercado, destinadas a la obtención de información que permita conocer y realizar estudios de mercado en el sector comercial, a fin de ser incluidos en las actuaciones de vigilancia y control.

Artículo 61

Formalización de las actuaciones inspectoras

1. Si durante su actuación el personal inspector detectase la existencia de indicios de infracción a la normativa comercial, se procederá al levantamiento del acta en donde deberán reflejarse, como mínimo, los siguientes datos:

a) La identidad completa de la persona física o jurídica titular del establecimiento o actividad objeto de inspección, incluyéndose la identificación fiscal; así como la identidad de la persona que atiende a la inspección, indicando en calidad de qué actúan.

b) Identificación del inspector actuante.

c) Lugar, fecha y hora de la actuación inspectora.

d) Los hechos apreciados, circunstancias concurrentes o de interés y las manifestaciones que deseen formular quienes atienden a la inspección.

e) Las diligencias practicadas si las hubiere, tales como: controles de documentos, pruebas practicadas, verificaciones, así como las requisitorias de documentación o comparecencia, indicando plazos o fechas para su realización. Para la realización de estas diligencias, los órganos de control podrán solicitar la asistencia de técnicos especialistas, que actuarán conjuntamente con el personal inspector.

f) Firma del inspector o inspectores actuantes así como del compareciente o comparecientes, en su caso, no sin antes advertirles del derecho que les asiste a que se reflejen en el acta las manifestaciones que deseen formular, en relación con el contenido del acta.

3. La negativa a la firma por parte del compareciente no invalidará el acta. Si ésta se produce, se le comunicará que puede firmarla a los únicos efectos de recepción del documento, lo cual se hará constar.

4. El compareciente obtendrá de los inspectores copia de los documentos que se redacten durante la actuación inspectora, excepto cuando éstos tengan carácter meramente estadístico o informativo.

5. Si durante las actuaciones desarrolladas por la inspección se detectaran situaciones o hechos constitutivos de simples irregularidades de carácter formal que no impliquen riesgos para el consumidor, el inspector actuante podrá requerir, mediante el acta de inspección, que subsanen los mismos en el plazo que se conceda

al efecto que como mínimo será de diez días. Transcurrido dicho plazo sin haber procedido a la corrección se seguirá la tramitación administrativa correspondiente.

6. Los inspectores documentarán el resto de actuaciones a través de informes, diligencias y comunicaciones.

TÍTULO VIII

Régimen sancionador

Artículo 62

Infracciones y sanciones

1. En cuanto a las infracciones y sanciones, se estará a lo dispuesto en esta materia, en el Título VI "Régimen Sancionador", de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid, y en su caso, en el Título V de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

2. En todo caso, se estará a lo dispuesto en las reglas y principios sancionadores del Título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, así como en el Decreto 245/2000, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA

Régimen Transitorio del procedimiento de licencia comercial de gran establecimiento

Las solicitudes de licencia comercial de gran establecimiento cuya tramitación se hubiese iniciado con anterioridad a la entrada en vigor del presente Decreto y que se encuentren pendientes de resolución deberán ajustarse, en el plazo de un mes desde dicha entrada en vigor, a las previsiones contenidas en el presente Decreto.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA

Régimen Transitorio del procedimiento de autorización de los establecimientos comúnmente denominados "todo a cien" y similares, y de los establecimientos de venta de temporada u ocasional

Para los establecimientos comerciales regulados en los artículos 27 y 28 del presente Decreto, que se encuentren en funcionamiento a la entrada en vigor del presente Decreto, se establece un período de un año, desde la citada entrada en vigor, para adaptarse al presente Decreto.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA TERCERA

Régimen Transitorio del procedimiento de autorización de los medianos establecimientos comerciales minoristas

Los medianos establecimientos comerciales minoristas regulados en el artículo 26 del presente Decreto deberán solicitar autorización a la Consejería competente en materia de comercio en los términos previstos en el presente Decreto, salvo que hubiesen solicitado las pertinentes licencias municipales con anterioridad al 1 de enero de 2002.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA ÚNICA

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto y en particular el Decreto 47/1999, de 8 de abril, por el que se aprueba el procedimiento para la solicitud de licencia de grandes establecimientos comerciales, el Decreto 70/1994, de 7 de julio, por el que se desarrollan los procedimientos para la autorización de Regímenes Especiales en materia de Calendario y Horario Comercial, el Decreto 55/1996, de 18 de abril, por el que se desarrolla la Declaración de Zona de Gran Afluencia Turística de la Comunidad de Madrid, y la Orden 3349/1996, de 22 de abril, de la Consejería de Economía y Empleo, por el que se fija la temporada de rebajas y la apertura de establecimientos comerciales de productos culturales en domingos y festivos.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA

Habilitación normativa.

Se autoriza al Consejero de Economía e Innovación Tecnológica para dictar las normas que resulten necesarias para el desarrollo y ejecución de lo establecido en el presente Decreto.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA

Entrada en vigor

La presente norma entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Madrid, a 18 de junio de 2002.

El Consejero de Economía
e Innovación Tecnológica,
LUÍS BLÁZQUEZ

El Presidente,
ALBERTO RUÍZ GALLARDÓN