

Sección I. Disposiciones generales

PRESIDENCIA DE LAS ILLES BALEARS

18239

Ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de las Illes Balears

EL PRESIDENTE DE LAS ILLES BALEARS

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de las Illes Balears ha aprobado y yo, en nombre del Rey y de acuerdo con lo que se establece en el artículo 48.2 del Estatuto de Autonomía, tengo a bien promulgar la siguiente:

LEY

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

En la comunidad autónoma de las Illes Balears, la regulación del sector del comercio, cuya relevancia económica es indudable, se recoge, esencialmente, en la Ley 11/2001, de 15 de junio, de ordenación de la actividad comercial en las Illes Balears.

El sector del comercio representa cerca del 10% del producto interior bruto de la comunidad autónoma de las Illes Balears, con más de 21.000 comercios abiertos, y mantiene cerca de 70.000 puestos de trabajo directos. Por lo tanto, la seguridad jurídica y la eficacia de los instrumentos normativos son primordiales en este sector de la economía balear.

La legislación que regula el comercio en las Illes Balears ha sido objeto de diversas modificaciones desde su entrada en vigor, determinadas especialmente por la necesaria transposición de la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los servicios en el mercado interior. Así, han incidido en esta regulación la Ley 12/2010, de 12 de noviembre, de modificación de diversas leyes para la transposición de la directiva citada, y, más recientemente, el Decreto ley 7/2012, de 15 de junio, de medidas urgentes para la activación económica en materia de industria y energía y otras actividades, del cual derivó después la aprobación de la Ley 13/2012, de 20 de noviembre, así como el Decreto ley 11/2012, de 19 de octubre, dictado para la adaptación de la normativa autonómica a la legislación básica estatal de medidas urgentes de liberalización del comercio y de la distribución comercial, la finalidad de la cual es adoptar medidas que refuercen la competencia en el sector de la distribución al por menor, incrementar la competitividad del sector exterior y facilitar el acceso a la financiación de las empresas.

Especialmente, esta ley se dicta para fijar una regulación clara y sistemática de la actividad comercial que recoja la adaptación sucesiva que el legislador estatal ha ido haciendo a las directivas europeas y que, además de las modificaciones mencionadas, ha dado lugar a la reforma, mediante el Real decreto ley 20/2012, de 13 de julio, de las leyes estatales 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, y 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales, con la finalidad esencial de impulsar la dinamización de la actividad comercial minorista y eliminar las cargas y restricciones administrativas en el ejercicio de esta actividad.

Respetando las bases fijadas por el Estado, que tiene atribuida la competencia exclusiva en materia de planificación general de la actividad económica y en materia de legislación mercantil, de acuerdo con los artículos 38, 131 y 149.1 de la Constitución, esta ley se aprueba de acuerdo con las competencias que, asimismo, con carácter de exclusivas, otorgan a la comunidad autónoma los artículos 30.21 y 30.42 y, como competencias de desarrollo legislativo y ejecución, el artículo 31.6 del Estatuto de Autonomía de las Illes Balears.

II

Esta ley desarrolla en su articulado cuatro líneas de actuación.

La primera línea de actuación es la regulación de los conceptos básicos relativos a la ordenación y la mejora de la actividad comercial en las Illes Balears, para conseguir su regulación clara y sistemática.

La segunda línea de actuación es la necesaria simplificación administrativa. Así, se prevé la aplicación de los principios previstos en el Decreto 6/2013, de 8 de febrero, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos, y, por esta razón, se suprime el Registro General de Comercio de las Illes Balears. Ciertamente, en la transposición de la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a los servicios en el mercado interior, no se suprimió esta figura pero, no obstante, se ha constatado que realmente no aporta ningún valor añadido a la información con que ya se cuenta por medio de otras fuentes estadísticas oficiales que ofrecen datos fiables sobre el comercio de esta comunidad autónoma y, además, supone una carga administrativa innecesaria.





La tercera línea de actuación se refiere a la instalación de los establecimientos comerciales. Respetando el principio general de libertad en su instalación que impone la legislación europea, se fija un límite general de impacto territorial para condicionar la determinación de los grandes establecimientos comerciales en el ámbito de la comunidad autónoma de las Illes Balears.

Así, el capítulo I del título II de la ley, que se dedica al concepto y las categorías de los establecimientos comerciales, mantiene un régimen de autorización autonómica para los grandes establecimientos comerciales y, en el artículo 14, que regula el procedimiento para la obtención de la autorización, se introduce el silencio desestimatorio. Igualmente se establece en el artículo 23 -del capítulo II-, que regula el procedimiento de declaración de zona de gran afluencia turística.

El artículo 43 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común, también se modificó para adaptarlo a la directiva que antes se ha mencionado, y establece que en los procedimientos iniciados a solicitud del interesado, sin perjuicio de la resolución que la administración tiene que dictar, el vencimiento del plazo máximo sin que se haya notificado una resolución expresa legitima al interesado o a los interesados que hayan deducido la solicitud por entenderla estimada por silencio administrativo, excepto en los supuestos en que una norma con rango de ley, por razones imperiosas de interés general, o una norma de derecho comunitario establezcan lo contrario.

El mismo precepto establece que el silencio será necesariamente desestimatorio, entre otros casos, en aquellos supuestos en que la estimación de la solicitud tenga como consecuencia que se transfieran al solicitante o a terceros facultades relativas al dominio público o al servicio público.

La Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, define qué se tiene que entender por razones imperiosas de interés general y deja dicho que serán aquellas que sean reconocidas como tales en la jurisprudencia del Tribunal de Justicia y, acto seguido, enumera las siguientes: el orden público, la seguridad pública, la protección civil, la salud pública, la preservación del equilibrio financiero del régimen de seguridad social, la protección de los consumidores, de los destinatarios de servicios y de los trabajadores, las exigencias de la buena fe en las transacciones comerciales, la lucha contra el fraude, la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la sanidad animal, la propiedad intelectual e industrial, la conservación del patrimonio histórico y artístico nacional y los objetivos de la política social y cultural. Esta enumeración no es exhaustiva, dado que la Directiva establece que serán razones imperiosas de interés general las que sean reconocidas como tales por la jurisprudencia europea, pero sí deja claro que respecto de las que cita no puede haber duda.

Concretamente, la conocida Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 12 de julio de 2012, aunque declaró injustificado el régimen regulado en la Ley 18/2005, de 27 de diciembre, de equipamientos comerciales, consideró válido el régimen del silencio negativo que esta ley establecía, con el razonamiento de que este régimen -en contra de lo que argumentaba la Comisión Europea- permite el acceso a los tribunales, que siempre pueden controlar si la negativa estaba fundamentada en las razones de interés general señaladas, la protección del medio ambiente, la ordenación del territorio y la protección de los consumidores. Esta sentencia asimismo aceptó el régimen de tasas que se establecía en la ley mencionada.

Hay que llamar la atención sobre un punto esencial y es que el Tribunal Superior de Justicia Europeo consideró adecuada la exigencia de licencia específica; lo que negó es que se pudiera denegar sobre la base de motivaciones de carácter meramente económico.

Dicho esto, el artículo 6.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, después de las reformas mencionadas, dispone que son razones imperiosas de interés general relacionadas con la distribución comercial, que justificarían el régimen de autorización previa, la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la ordenación del territorio y la conservación del patrimonio histórico y artístico.

Cuando concurren, como sucede en el caso de las Illes Balears, razones imperiosas de interés general relacionadas con la protección del medio ambiente y la ordenación del territorio, sería un contrasentido exigir la autorización previa para los grandes establecimientos comerciales y que, no obstante, el sentido del silencio administrativo fuera estimatorio. Dicho de otra manera, el silencio negativo está permitido en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, en todos los casos en que una norma con rango de ley o de derecho comunitario lo establezca, y opera *ex lege* en los supuestos regulados en la misma Ley de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común, que establece que el silencio será negativo cuando de la petición se pueda derivar la adquisición de facultades sobre el dominio público, lo cual motiva que, a título de ejemplo, desde siempre en las autorizaciones de venta ambulante el silencio haya tenido este carácter.

Esta ley no establece ninguna limitación fundamentada en razones de planificación económica, que son las prohibidas, sino que pretende preservar el medio ambiente y que, mediante los planes directores sectoriales que aprobarán los consejos insulares, se proceda a un crecimiento ordenado de los establecimientos comerciales que tenga en cuenta el hecho diferencial de ser un archipiélago, las diferentes características de cada una de las islas y el valor innegable de nuestro medio ambiente.

Este modelo de autorización sectorial previa a la obtención del título municipal habilitante no es compatible con un silencio estimatorio, dado que la ley condiciona la obtención de la autorización autonómica a los requisitos imprescindibles y, si se produjera el silencio positivo, habría



riesgo de perjudicar a los intereses generales y se dificultaría el control que la administración tiene que hacer del cumplimiento de los requisitos imprescindibles.

Y lo mismo pasa con la declaración de las denominadas zonas de gran afluencia turística, en las cuales confluyen elementos para su determinación que, por las mismas razones que se han expuesto, no permiten el régimen del silencio estimatorio.

Finalmente, como acaba de recordar la reciente Sentencia del Tribunal Constitucional (Pleno) nº 52/2014, de 10 de abril: “[...] la Administración sigue estando obligada a resolver expresamente, sin vinculación al sentido negativo del silencio [art. 42.1 y 43.3.b) LPC], el inciso segundo del artículo 46.1 LJCA ha dejado de ser aplicable a dicho supuesto. En otras palabras, se puede entender que, a la luz de la reforma de 1999 de la Ley 30/1992, la impugnación jurisdiccional de las desestimaciones por silencio no está sujeta al plazo de caducidad previsto en el artículo 46.1 LJCA”. Esto significa que el silencio desestimatorio no supone, en absoluto, una carga para el ciudadano, sino al contrario, lo beneficia en cuanto al plazo para acudir ante los tribunales.

El principio de proporcionalidad -que el artículo 5 de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado, consagra- exige que el régimen de autorización administrativa sea el instrumento más adecuado para garantizar la consecución del objetivo que se persigue, porque no existen otras medidas menos restrictivas que permitan obtener el mismo resultado, en particular cuando un control a posteriori se produjera demasiado tarde para que fuera verdaderamente eficaz. Así, en ningún caso el acceso a una actividad de servicios o su ejercicio se tienen que sujetar a un régimen de autorización cuando sea suficiente una comunicación o una declaración responsable del prestador mediante la cual se manifieste, en su caso, el cumplimiento de los requisitos exigidos y se facilite la información necesaria a la autoridad competente para el control de la actividad. En el caso que nos ocupa, la autorización responde al principio de proporcionalidad, ya que se trata del modo idóneo de impedir que la construcción y la puesta en marcha de los grandes establecimientos comerciales sea un hecho conocido a posteriori por la administración autonómica que impida la protección de los valores que se han mencionado.

Por lo tanto, la medida es idónea para cumplir el objetivo perseguido y no hay alternativas menos gravosas para conseguirlo. Finalmente, nos parece necesario recordar que la vigente Ley 7/2013, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de instalación, acceso y ejercicio de actividades en las Illes Balears, en la exposición de motivos, al referirse a la actividad comercial razona expresamente que “la actividad comercial en sí misma no conlleva ningún riesgo inherente, a pesar de ello, conforme a una configuración atípica de una actividad puede existir un riesgo por el hecho de que supere los umbrales que se fijan en el título I del anexo I de la presente ley, lo que justifica la necesidad de un control administrativo previo, incluso cuando se traten actividades de comercio minorista incluidas en el ámbito de aplicación del Real decreto ley 19/2012, de 25 de mayo, y por lo tanto quedan sujetas al régimen de autorización que se regula en el capítulo II del título IV”. Por lo tanto, si en la presente ley se regula específicamente una autorización para el establecimiento de un tipo de comercio determinado, la medida es igual de proporcionada y necesaria que la prevista con carácter general en la Ley de actividades.

Respetando los principios de simplificación documental y de confianza mutua entre administraciones, se ha reducido la documentación que tienen que presentar los solicitantes y se ha sustituido por la certificación de conformidad con el planeamiento municipal en los aspectos de movilidad de personas y vehículos y contaminación acústica.

En este sentido, queremos hacer referencia expresa a la normativa europea que regula la eficiencia energética de los edificios, de obligado cumplimiento en determinados establecimientos afectados por la actividad comercial, dado que es normativa básica. No se considera conveniente regular en una ley autonómica de comercio unas exigencias que en esta materia regulan tanto la Directiva 2002/91/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativa a la eficiencia energética de los edificios, como las sucesivas transposiciones de la normativa nacional, que están marcadas por la Estrategia 20/20/20.

Otra de las novedades de la ley en esta misma línea de actuación es la apuesta decidida por el comercio urbano, con la inclusión de la figura de los centros comerciales urbanos, para impulsar la realización de proyectos dinamizadores del comercio en los núcleos urbanos de los municipios de nuestras islas, que propicie la revitalización de la actividad comercial con la promoción del comercio de proximidad y evite los desplazamientos.

La cuarta línea de actuación es la limitación del ámbito de aplicación de esta ley a la actividad comercial en sentido estricto, dejando para otros ámbitos normativos cuestiones que no se refieren a esta actividad directamente. Esta es la razón de que determinadas cuestiones que se regulaban en la legislación que ahora se deroga queden reservadas para la regulación en su ámbito específico.

Por esta misma razón, se deja fuera de esta regulación la ordenación territorial de la actividad comercial, que tiene que ser objeto de una regulación específica, y se prevé únicamente la necesidad de que los consejos insulares establezcan la ordenación y las medidas de fomento del sector comercial para un desarrollo armónico del uso del suelo.

Se incluye en la ley la prohibición de la venta de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales a las personas menores de dieciocho años. Además, se regula la potestad de los ayuntamientos para prohibir la venta de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales en un horario determinado y la regulación de la inspección y la sanción de las infracciones en materia de venta de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales en su municipio.



III

Una vez marcado el objetivo de regular de manera clara y sistemática la actividad comercial, esta ley se estructura en cuatro títulos, nueve disposiciones adicionales, tres disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y dos disposiciones finales.

El título I establece las disposiciones generales, es decir, el objeto y el ámbito de aplicación, las actividades excluidas, la definición de la actividad comercial, las prohibiciones y restricciones al comercio, los principios de actuación de los poderes públicos y la creación de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio.

El título II regula los establecimientos comerciales en dos capítulos, de manera que el capítulo I se refiere a los conceptos y a las categorías de establecimientos comerciales y centros comerciales urbanos, y el capítulo II, a los horarios comerciales, domingos y otros festivos, a los establecimientos con régimen especial de horarios y a las zonas de gran afluencia turística.

El título III regula las actividades de ventas y se estructura en cuatro capítulos. El capítulo I incluye las disposiciones generales; el capítulo II, las actividades de promoción de ventas, que incluyen las ventas en promoción o en oferta, las ventas con obsequio, las ventas en rebajas, las ventas en liquidación y las ventas de saldos y de excedentes de producción o de temporada; el capítulo III regula las ventas especiales; y, finalmente, el capítulo IV regula la venta ambulante o no sedentaria. Respecto de la venta ambulante o no sedentaria, dado que se trata de una modalidad de comercio que se ejerce sobre el dominio público, se mantiene, por esta razón, el régimen de autorización previa del municipio donde se desarrolla, teniendo en cuenta siempre que esta autorización tiene como único objetivo la protección y el control del uso del dominio público. Por eso, se ha establecido una regulación general de este tipo de venta, sin perjuicio de las competencias de los ayuntamientos en la materia, que podrán desarrollar reglamentariamente en cada municipio. Se tendrán en cuenta las especificidades propias de la isla de Formentera, su singularidad extrema del hecho insular de consejo y ayuntamiento, tal como indica el Estatuto de Autonomía.

Finalmente, el título IV trata de la función inspectora y del régimen sancionador, y se divide en tres capítulos, relativos, respectivamente, a la inspección, las infracciones administrativas y las sanciones.

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1

Objeto y ámbito de aplicación

Esta ley tiene por objeto la ordenación de la actividad comercial en el ámbito territorial de las Illes Balears.

Artículo 2

Actividad comercial

1. A efectos de esta ley, se entiende por actividad comercial la consistente en situar u ofrecer en el mercado productos, naturales o elaborados, por cuenta propia o ajena, mediante personas físicas o jurídicas, así como los servicios que de ella se deriven, independientemente de la modalidad o del soporte utilizado para realizarla, tanto si se lleva a cabo en régimen de comercio al por mayor como al por menor.

2. La actividad comercial se tiene que ejercer bajo los principios de libertad de empresa, de defensa de los consumidores y usuarios, de los derechos de los trabajadores, de la libre competencia y en el marco de la economía de mercado.

Artículo 3

Actividades excluidas

Quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta ley las actividades siguientes:

- La venta hecha por fabricantes, dentro de su propio recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción, a menos que estos se dirijan a consumidores finales.
- La venta directa hecha por los titulares de las explotaciones de los productos agrícolas, ganaderos y forestales y de los resultados de su transformación.
- La venta hecha por artesanos de sus productos en sus talleres de producción.

Artículo 4

Actividad comercial al por menor y al por mayor

1. Se entiende por actividad comercial al por menor, a efectos de esta ley, la que está destinada al consumidor final y tiene por objeto situar u





ofrecer en el mercado productos y mercancías por cuenta propia o ajena, así como prestar determinados servicios que deriven de un acto de comercio, con independencia de la modalidad o el soporte utilizado para su realización.

2. Se entiende por actividad comercial al por mayor, a efectos de esta ley, la que tiene como destinatarios otros comerciantes, industriales, empresas, entidades e instituciones que no sean consumidores finales.

3. La actividad comercial al por menor se puede ejercer simultáneamente con la actividad comercial al por mayor en un mismo establecimiento, siempre que se respeten las normas específicas aplicables a cada una.

Artículo 5

Prohibiciones y restricciones al comercio

1. No pueden ejercer el comercio las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido por la normativa vigente.

2. Se prohíbe expresamente la exposición y la venta de mercancías al comprador, así como el envío o la entrega de catálogos, folletos o publicidad de éstas, cuando provengan de personas cuya actividad sea distinta a la comercial y su finalidad principal sea la realización de préstamos, depósitos u operaciones de análoga naturaleza adheridos a la oferta comercial de la mercancía, de tal manera que una no se pueda hacer efectiva sin la otra.

Se presume la existencia de estas actuaciones en el supuesto de que el comprador pueda hacer pedidos o adquirir mercancías en los establecimientos de aquéllas.

3. Se prohíbe la exposición y la venta de vehículos usados fuera de los establecimientos comerciales a cargo de los comerciantes.

4. Se prohíbe expresamente la implantación de establecimientos comerciales en suelo que no tenga la clasificación de suelo urbano definido en la legislación urbanística vigente. El terreno tiene que cumplir la condición de solar.

Artículo 6

Principios de actuación de los poderes públicos

La Administración de la comunidad autónoma de las Illes Balears tiene que promover el desarrollo armónico y la modernización de la actividad comercial con el objetivo final de incrementar la capacidad de competencia de las empresas y garantizar una ocupación laboral estable en este sector y proteger a los consumidores preservando la claridad y la transparencia en las actividades de promoción de ventas.

Artículo 7

Creación y objeto de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio

Se crea la Comisión Interinsular Asesora de Comercio, adscrita a la consejería competente en materia de comercio, como órgano de participación en las materias reguladas en esta ley, con el fin de promover la colaboración entre las distintas administraciones públicas y las asociaciones y los agentes económicos y sociales implicados en el sector para impulsar la actividad comercial de las Illes Balears.

Artículo 8

Composición

1. La Comisión Interinsular Asesora de Comercio tiene la composición siguiente:

- a) Presidencia: el consejero o la consejera competente en materia de comercio.
- b) Vicepresidencia: el director o la directora general competente en materia de comercio.
- c) Un o una representante de cada uno de los consejos insulares de las Illes Balears.
- d) Cinco personas en representación de las organizaciones empresariales más representativas del sector de comercio de las Illes Balears (dos de Mallorca, una de Menorca, una de Ibiza y una de Formentera).
- e) Un o una representante de las asociaciones empresariales de grandes empresas de distribución.
- f) Seis personas en representación de las organizaciones sindicales más representativas del sector del comercio de las Illes Balears.
- g) Dos personas en representación de las asociaciones de consumidores de las Illes Balears.
- h) Un o una representante de la Federación de Entidades Locales de las Illes Balears.



- i) Un o una representante de la dirección general responsable de consumo.
 - j) Un o una representante de la Dirección General de Comercio y Empresa, que tenga la condición de personal funcionario, que actuará como secretario o secretaria, con voz pero sin voto.
2. El consejero o la consejera competente en materia de comercio, a propuesta de las entidades representadas, tiene que nombrar a los miembros de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio.
 3. Las propuestas de representantes tienen que hacer constar los titulares y los suplentes.
 4. En cualquier momento, los órganos, las organizaciones y las instituciones representadas en la Comisión Interinsular Asesora de Comercio pueden sustituir a los miembros titulares o suplentes que han designado, comunicándolo al secretario o la secretaria de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio, quien lo debe acreditar y elevar al consejero o la consejera competente en materia de comercio para que nombre a los sustitutos.
 5. Sin perjuicio de lo que establece el apartado anterior, los miembros cesan por renuncia formalizada ante la Comisión Interinsular Asesora de Comercio o cuando se produzca cualquier otra causa que los inhabilite para el ejercicio de funciones o cargos públicos.
 6. El vicepresidente o la vicepresidenta tiene que sustituir al presidente o la presidenta en el supuesto de vacante, ausencia, enfermedad o cualquier otra causa legal.
 7. En aquellos asuntos cuya aprobación se acuerde que se tiene que hacer por votación de los miembros de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio, se puede delegar el voto, siempre que conste por escrito.

Artículo 9 **Funciones**

1. Son funciones de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio, las siguientes:
 - a) Atender consultas sobre cualquier cuestión que afecte a la actividad comercial de las Illes Balears.
 - b) Estudiar y dar su opinión sobre las medidas de impulso de la actividad comercial que tengan que ser aprobadas por la Administración de la comunidad autónoma.
 - c) Conocer los proyectos de ley y de disposiciones generales que afecten al comercio y colaborar con propuestas relativas al comercio de las Illes Balears.
 - d) Cualquier otra que le atribuyan las normas de rango legal o reglamentarias.
2. Los pronunciamientos de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio no tienen carácter vinculante.

Artículo 10 **Régimen interno**

1. La Comisión Interinsular Asesora de Comercio se debe reunir como mínimo dos veces el año.
2. La Comisión Interinsular Asesora de Comercio se considera válidamente constituida cuando concurren, en única convocatoria, como mínimo, la mitad más uno de los miembros que la componen. En cualquier caso, es necesaria para la válida constitución de este órgano la presencia del presidente o la presidenta y del secretario o la secretaria, o de las personas que los sustituyan.
3. La Comisión Interinsular Asesora de Comercio tiene que impulsar la constitución de grupos de trabajo para tratar temas específicos.
4. Las reuniones de la Comisión Interinsular Asesora de Comercio se pueden hacer de forma presencial o por videoconferencia.
5. El consejero o la consejera competente en materia de comercio puede convocar a técnicos, asesores o expertos cuando la Comisión Interinsular Asesora de Comercio o los grupos de trabajo lo consideren necesario por razón de la materia que se ha de tratar y para un mejor cumplimiento de sus funciones.
6. Es de aplicación supletoria lo que prevé la legislación aplicable en materia de funcionamiento de los órganos colegiados.



TÍTULO II
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
Capítulo I
Concepto y categorías

Artículo 11

Concepto de establecimiento comercial

1. Tienen la consideración de establecimientos comerciales las instalaciones ubicadas en el suelo de manera fija y permanente, cubiertas o sin cubrir, exentas o no, exteriores o interiores de una edificación, con escaparates o sin ellos, donde se ejercen regularmente actividades comerciales de venta de productos al por mayor o al por menor, o de prestación de los servicios al público que se deriven de ellas, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, así como cualesquiera otros recintos delimitados que reciban esta calificación en virtud de una disposición legal o reglamentaria.

2. Los establecimientos comerciales pueden tener carácter individual o colectivo. Se consideran establecimientos de carácter colectivo los conformados por un conjunto de establecimientos comerciales individuales, integrados en un edificio o complejo de edificios, en un recinto o área común urbanizada, en los cuales se ejercen las actividades respectivas de forma empresarialmente independiente, siempre que compartan la utilización de elementos y servicios comunes.

3. Son tiendas de conveniencia los establecimientos con las características siguientes:

- a) Disponen de una superficie útil de exposición y venta no superior a 500 m².
- b) Permanecen abiertos al público al menos 18 horas al día.
- c) Distribuyen su oferta, de manera similar, entre los productos siguientes: libros, prensa y revistas, productos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y productos diversos.

El cierre temporal de este tipo de establecimiento no implica la pérdida de su condición.

4. Se entiende por superficie útil de exposición y venta todo el espacio accesible al público, así como el ocupado por mostradores, escaparates y expositores, y los espacios de detrás de los mostradores y otros espacios destinados a la presentación, la dispensación y el cobro de los productos.

5. No se computa como superficie de venta la destinada a aparcamiento situada al aire libre o bajo tierra, ni los lugares exteriores donde no se expongan productos para venderlos, ni tampoco el espacio anterior a las cajas registradoras, las zonas de almacenaje no accesibles al público, las de manipulación y las de servicios y de infraestructuras relacionados con la actividad de comercio.

Artículo 12

Concepto de gran establecimiento comercial

1. En las Illes Balears tienen la consideración de gran establecimiento comercial los establecimientos comerciales al por mayor o al por menor, individuales o colectivos, que tengan una superficie útil para la exposición y la venta superior a 700 m² en la isla de Mallorca, a 400 m² en las islas de Menorca y de Ibiza, y a 300 m² en la isla de Formentera.

2. Cuando el objeto del establecimiento sea la exposición y la venta de manera exclusiva de automóviles y vehículos de motor, de maquinaria, de equipo industrial, de embarcaciones, de aeronaves, de muebles de todo tipo, de material de construcción y de elementos propios de cocina y baño, tienen la consideración de gran establecimiento comercial los establecimientos al por mayor o al por menor que tengan una superficie útil para la exposición y la venta superior a 2.000 m² en la isla de Mallorca, a 1.500 m² en las islas de Menorca y de Ibiza, y a 400 m² en la isla de Formentera.

3. Los mercados municipales y los mercados ambulantes no tienen la consideración de gran establecimiento comercial, aunque superen las superficies comerciales señaladas en el apartado 1 de este artículo.

Artículo 13

Autorización autonómica para la instalación de gran establecimiento comercial

1. La implantación o la ampliación de las instalaciones destinadas a establecimientos del tipo gran establecimiento comercial requiere expresamente la autorización autonómica para la instalación con carácter previo al título municipal habilitante.

También se requiere la autorización autonómica para la instalación de gran establecimiento comercial para la apertura o la ampliación de los



establecimientos individuales situados dentro de los mercados municipales si tienen una superficie útil para la exposición y la venta que supere los límites que fija el artículo anterior.

2. Son nulos de pleno derecho los títulos habilitantes municipales para la nueva ubicación o ampliación de las actividades destinadas a establecimientos del tipo gran establecimiento comercial que se otorguen sin la autorización autonómica para la instalación previa o en contra de sus determinaciones.

Artículo 14

Procedimiento de autorización autonómica de instalación de gran establecimiento comercial

1. En caso de grandes establecimientos comerciales individuales, la empresa que tenga que explotar la actividad comercial concreta debe obtener la autorización autonómica para la instalación con carácter previo al título municipal habilitante.

2. En caso de establecimientos comerciales de carácter colectivo que tengan la consideración de gran establecimiento comercial, el promotor debe obtener la autorización autonómica para la instalación con carácter previo al título municipal habilitante. Esta autorización autonómica incluye a los establecimientos comerciales individuales que se puedan instalar, siempre que no supongan un aumento de la superficie útil de exposición y venta.

3. El establecimiento debe situarse en una parcela que esté clasificada como suelo urbano por el planeamiento urbanístico municipal y tenga la condición de solar.

4. La solicitud se debe dirigir al órgano competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears, de acuerdo con el modelo que se establezca, acompañada de la siguiente documentación:

a) Certificado municipal donde se prevé instalar el comercio, según el modelo establecido en el anexo de esta ley, acreditativo de la adecuación del establecimiento proyectado a las normas que establezca el instrumento municipal sobre planeamiento general, a sus instrumentos de despliegue y de gestión urbanística, a las normas municipales de contaminación acústica, de movilidad de personas y vehículos, y al resto de normas de competencia municipal. El contenido de este certificado es vinculante.

b) Memoria descriptiva del proyecto, que incluya las características del establecimiento, su ubicación y la distribución de la superficie útil comercial, además de la clasificación energética de acuerdo con la normativa sectorial, acompañada de los planos generales correspondientes.

5. El consejero o la consejera competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears debe resolver motivadamente el otorgamiento o la denegación de la autorización autonómica para la instalación de gran establecimiento comercial.

6. El plazo para notificar la resolución es de cuatro meses y una vez transcurrido este plazo la autorización autonómica para la instalación de gran establecimiento comercial se entiende denegada. En todo caso, se puede hacer uso una sola vez de la suspensión del plazo máximo legal para notificar la resolución del procedimiento cuando la complejidad del asunto lo justifique. La suspensión del plazo legal no puede superar los dos meses.

7. El procedimiento de resolución sobre la autorización autonómica para la instalación o la ampliación de gran establecimiento comercial da lugar al pago de una tasa.

Artículo 15

Caducidad y revocación de la autorización autonómica de instalación de gran establecimiento comercial

1. La autorización autonómica de instalación de gran establecimiento comercial tiene vigencia indefinida. No obstante, esta autorización se debe declarar caducada, una vez tramitado previamente el procedimiento correspondiente, con audiencia a la persona interesada, en los siguientes supuestos:

a) Por haber transcurrido el plazo de cuatro meses, a contar desde la notificación de la autorización autonómica de gran establecimiento comercial, sin que se haya solicitado al ayuntamiento respectivo el título habilitante para llevar a cabo la actividad.

b) Por haberse incumplido el plazo que fije el título habilitante municipal para llevar a cabo la actividad.

De conformidad con la normativa reguladora del procedimiento administrativo, se puede conceder una ampliación de los plazos establecidos cuando lo aconsejen las circunstancias.

2. La autorización autonómica de instalación de gran establecimiento comercial se puede revocar una vez tramitado previamente el procedimiento correspondiente, con audiencia a la persona interesada, sin que eso implique ninguna indemnización, en los siguientes supuestos:



- a) Por haberse incumplido las determinaciones que establezca la autorización autonómica de gran establecimiento comercial.
- b) Por haberse denegado o por haber caducado el título habilitante municipal para llevar a cabo la actividad.

Artículo 16

Centros comerciales urbanos

1. Tienen la consideración de centro comercial urbano, a efectos de esta ley, aquellos ámbitos urbanos donde hay una agrupación representativa de empresas comerciales que, en un área urbana delimitada y vinculadas a través de una entidad con personalidad jurídica, llevan a cabo profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socio-económica del entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios y dinamización económica.
2. Los centros comerciales urbanos se tienen que ubicar en espacios urbanos caracterizados por tener altas concentraciones de comercios y servicios, y situados en ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial, con inclusión de los mercados permanentes municipales como un elemento activo de la vertebración urbana. La delimitación de los centros comerciales urbanos tiene que responder a criterios de tipo económico, comercial, turístico, social, histórico, urbanístico y medioambiental.

Capítulo II **Horarios comerciales**

Artículo 17

Horario general en días laborables

Cada comerciante puede determinar libremente el horario de apertura y cierre de su establecimiento, con un máximo de 90 horas semanales en días laborables.

Artículo 18

Domingos y otros festivos de apertura comercial autorizada

1. El número anual de domingos y otros festivos en que los comercios pueden permanecer abiertos al público será de dieciséis días.
2. Cada año se tienen que determinar las fechas de los domingos y otros festivos en que los establecimientos comerciales pueden permanecer abiertos al público, mediante una resolución del órgano competente en materia de comercio.
3. Para determinar los domingos y otros festivos a que se refiere este artículo se debe atender prioritariamente al atractivo comercial de los días para los consumidores, de acuerdo con los siguientes criterios:
 - a) La apertura al menos en un día festivo cuando haya coincidencia de dos o más días festivos continuados.
 - b) La apertura los domingos y otros festivos correspondientes a periodos de más concentración de rebajas.
 - c) La apertura los domingos y otros festivos donde haya más afluencia turística.
 - d) La apertura los domingos y otros festivos en la campaña de Navidad.
4. Además de lo que establece el apartado 1 de este artículo, con carácter excepcional, el órgano competente en materia de comercio puede autorizar, previa consulta a la Comisión Interinsular Asesora de Comercio, la apertura de los establecimientos comerciales al público en domingo o festivo cuando concurren circunstancias especiales que supongan una significativa mayor afluencia de visitantes.

Artículo 19

Establecimientos con régimen especial de horarios

Tienen plena libertad para determinar los días y las horas de apertura al público:

- a) Los establecimientos comerciales en los que la oferta habitual sea predominantemente la venta de pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, y flores y plantas.
- b) Los establecimientos comerciales instalados en estaciones, puertos, aeropuertos y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo, y los situados dentro de los establecimientos hoteleros.
- c) Los establecimientos comerciales situados en zonas de gran afluencia turística.





- d) Las tiendas de conveniencia, con la especificidad de permanecer abiertas al público al menos dieciocho horas al día de acuerdo con el artículo 11.3 de esta ley.
- e) Los mercados y mercadillos de venta ambulante autorizados por los ayuntamientos.
- f) Los establecimientos comerciales diferentes de los anteriores, con una superficie útil de exposición y de venta de hasta 300 m², exceptuando los que pertenezcan a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña o mediana empresa según la legislación vigente.

Artículo 20

Publicidad del horario comercial

Todos los establecimientos comerciales tienen que exponer la información de los días y el horario diario de apertura y de cierre, en un lugar y de manera visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando el establecimiento esté cerrado.

Artículo 21

Zonas de gran afluencia turística

1. Se entiende por zonas de gran afluencia turística, a efectos de los horarios comerciales, las áreas que coincidan con todo el término municipal o con parte de éste en las cuales concurra alguna de las circunstancias que se establecen en el artículo siguiente.
2. La declaración de las zonas de gran afluencia turística se puede extender a todo el año.
3. El órgano competente en materia de comercio es la autoridad que determina las zonas de gran afluencia turística, a propuesta de los ayuntamientos correspondientes.
4. Los establecimientos comerciales situados en una zona que se declare de gran afluencia turística tienen plena libertad para determinar los días y las horas de apertura al público, de acuerdo con el artículo 19.c), en los periodos del año aprobados en la declaración de zona de gran afluencia turística.

Artículo 22

Circunstancias para la declaración de zona de gran afluencia turística

Las circunstancias para considerar una zona de gran afluencia turística son las siguientes:

1. Existencia de una concentración suficiente, cuantitativa o cualitativamente, de plazas en alojamientos y establecimientos turísticos o bien en el número de segundas residencias respecto de las que constituyen residencia habitual. Esta circunstancia se tiene que acreditar con alguno de los criterios siguientes:
 - a) Número de plazas en empresas turísticas de alojamiento en relación con la población de derecho de la zona o las zonas solicitadas.
 - b) Incremento de residuos sólidos urbanos, de demanda energética, de demanda de agua en la zona durante el periodo solicitado en relación con la media anual o incremento de las ventas en establecimientos comerciales de la zona propuesta en relación con los meses con menos ventas.
2. Que la zona propuesta haya sido declarada patrimonio de la humanidad o en la que se localice un bien inmueble de interés cultural integrado en el patrimonio histórico-artístico. Esta circunstancia se tiene que acreditar con alguno de los siguientes criterios:
 - a) Declaraciones y delimitaciones perimetrales de la zona declarada patrimonio de la humanidad.
 - b) Descripción del bien inmueble de interés cultural.
3. Que la zona propuesta limite o constituya áreas de influencia de otras zonas fronterizas.
4. Celebración de grandes acontecimientos deportivos o culturales de carácter autonómico, nacional o internacional. Esta circunstancia se tiene que acreditar de acuerdo con lo siguiente:
 - a) Número y descripción de celebraciones al año.
 - b) Número de participantes no locales.

En este supuesto, la declaración de zona de gran afluencia turística fijará su duración.



5. Proximidad a áreas portuarias donde operen cruceros turísticos y que registren una afluencia significativa de visitantes, siempre que esto se acredite con el número de visitantes arribados a puerto detallado por temporadas de verano y de invierno.
6. Que constituyan áreas cuyo principal atractivo sea el turismo de compras y el volumen de ventas en estas áreas justifique una significativa mayor afluencia turística.
7. Cuando concurren circunstancias especiales que lo justifiquen. El ayuntamiento debe acreditar objetivamente estas circunstancias especiales en su propuesta. En este supuesto, el órgano competente en materia de comercio debe trasladar la propuesta a la Comisión Interinsular Asesora de Comercio antes de su autorización.
8. En todo caso, en los municipios con más de 200.000 habitantes que hayan registrado más de un millón de pernoctaciones en el año inmediatamente anterior o que cuenten con puertos donde operen cruceros turísticos que hayan recibido en el año anterior inmediato más de 400.000 pasajeros, se debe declarar, al menos, una zona de gran afluencia turística, en aplicación de los criterios previstos en los apartados anteriores.

Artículo 23

Procedimiento de declaración de zona de gran afluencia turística

1. Los ayuntamientos, por medio de un acuerdo motivado adoptado por el Pleno, pueden presentar sus propuestas al órgano competente en materia de comercio. Las solicitudes deben incluir:
 - a) Certificado del secretario o la secretaria del ayuntamiento que recoja la aprobación del Pleno por el que se acuerda instar la determinación de zona de gran afluencia turística. El acuerdo tiene que incluir la exposición motivada de la propuesta, las razones que la fundamentan y la delimitación territorial y temporal de la zona o las zonas municipales a que se refiere.
 - b) Memoria descriptiva de la propuesta que debe contener la explicación de las razones que la fundamentan y tiene que especificar la extensión territorial a que se refiere -con los nombres de las calles que la delimitan- y los periodos del año para los cuales se solicita la aplicación del régimen de libertad de horarios. La propuesta debe incluir la justificación de las áreas que quedan excluidas, con indicación del número de comercios afectados, y otros documentos e información que se considere relevante.
 - c) Planos en los que se puedan identificar las calles y los viales que delimitan la zona o las zonas propuestas.
2. Una vez recibida la solicitud y admitido a trámite el expediente, el órgano competente en materia de comercio puede solicitar la documentación adicional que considere apropiada para la resolución del expediente.
3. Transcurrido el plazo máximo de seis meses desde la fecha de entrada de la solicitud en la consejería competente en materia de comercio sin que se haya dictado y notificado una resolución expresa, la propuesta se entiende denegada.

Artículo 24

Resolución y vigencia de la declaración

1. El órgano competente en materia de comercio debe resolver el expediente, con la aprobación o la denegación de la declaración de la zona o las zonas propuestas.
2. La vigencia de la declaración queda supeditada al mantenimiento de las circunstancias que han motivado la declaración.
3. La resolución se tiene que notificar al ayuntamiento solicitante y, en el caso de aprobación, se debe publicar en el *Butlletí Oficial de les Illes Balears*.

TÍTULO III **ACTIVIDADES DE VENTAS**

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 25

Libertad de precios

Los precios de venta de los productos tienen que ser los que determinen libremente los comerciantes, y ofrecidos, con carácter general, de acuerdo con lo que dispone la legislación sobre defensa de la competencia y sobre competencia desleal, sin perjuicio de la normativa reguladora de la venta con pérdida y las excepciones establecidas en leyes especiales.





Artículo 26

Consignación de precios

Los precios de los productos ofrecidos se deben consignar en euros y se tienen que señalar en cada uno de los productos. Los precios también se tienen que consignar en los productos que se exponen en el escaparate, de forma que se puedan leer desde el exterior del establecimiento, sin perjuicio de lo que prevé la legislación aplicable en materia de protección de consumidores.

Artículo 27

Venta con pérdida

1. No se pueden ofrecer ni hacer ventas al público con pérdida, salvo en los supuestos regulados en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista. En cualquier caso, se tiene que respetar lo que dispone la Ley de competencia desleal.

2. A efectos del apartado anterior, se considera que existe venta con pérdida cuando el precio aplicado a un producto es inferior al de adquisición según la factura, deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren, o al de reposición si fuera inferior a aquel o al coste efectivo de producción si el artículo hubiera sido fabricado por el comerciante mismo, incrementados en las cuotas de los impuestos indirectos que graven la operación.

Artículo 28

Ventas promocionales

1. Son ventas promocionales aquellas que ofrecen a los consumidores productos en condiciones más ventajosas que las habituales en el comercio, mediante cualquier otro tipo de incentivos.

2. Se consideran ventas promocionales las ventas en promoción o en oferta, las ventas con obsequio, las ventas en rebaja, las ventas de saldos, las ventas en liquidación y la venta de excedentes de producción.

3. Las denominaciones antes mencionadas únicamente se pueden utilizar para anunciar las ventas que se ajusten a la regulación respectivamente establecida en esta ley y queda expresamente prohibida la utilización de las denominaciones mencionadas o de otras similares para anunciar ventas que no respondan al concepto legal correspondiente.

4. La utilización de las denominaciones antes mencionadas que no se ajuste a la regulación respectivamente establecida para cada una de las actividades de promoción de ventas en esta ley, se reputará desleal cuando concurren las circunstancias previstas en el artículo 5 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal.

Artículo 29

Requisitos generales de las ventas promocionales

1. En cada uno de los artículos que se dispongan para la venta con reducción de precio, tiene que constar con claridad el precio anterior junto con el precio reducido, excepto que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

No obstante, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, es suficiente el anuncio genérico de ésta, sin necesidad de que conste en cada uno de los artículos ofrecidos.

2. Se entiende por precio anterior o habitual aquel que haya sido aplicado sobre productos idénticos durante un periodo continuado de treinta días en los seis meses precedentes.

3. Las actividades de promoción de ventas se pueden simultanear en un mismo establecimiento comercial, excepto en los casos de ventas en liquidación, siempre que haya la debida separación entre éstas y se respeten los deberes de información.

4. En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas se puede condicionar a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.

5. En todo momento, el órgano competente en materia de comercio puede requerir a los comerciantes que practiquen cualquier modalidad de venta promocional información sobre las ofertas que hacen.

Artículo 30

Publicidad

1. La publicidad de las ventas promocionales debe ir acompañada de información suficiente y clara sobre sus condiciones y características, el precio habitual y reducido o el porcentaje de descuento sobre el precio habitual, los productos que incluye y el periodo de vigencia de la promoción, y señalar de manera clara y visible la fecha de comienzo y de finalización.





2. La duración de la publicidad no tiene que exceder de la disponibilidad de existencias de los productos ofrecidos.

Artículo 31

Artículos promocionados

1. El comerciante no puede limitar el número de unidades de producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador ni aplicar precios mayores o descuentos menores a medida que sea mayor la cantidad adquirida.
2. Cuando la oferta no sea suficiente para satisfacer toda la demanda, no se pueden establecer criterios discriminatorios de preferencia entre los compradores.
3. Cuando las promociones no lleguen a la mitad de los productos no se pueden anunciar como medida general.
4. Los artículos promocionados tienen que estar delimitados claramente y anunciados visiblemente por separado del resto de artículos y del resto de promociones que puedan concurrir en el establecimiento.

Artículo 32

Prohibición de la venta en pirámide

Se prohíbe la venta hecha por el procedimiento llamado en cadena o en pirámide. Son prácticas de venta en pirámide las que prevé el artículo 24 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal, y, por lo tanto, son nulas de pleno derecho las condiciones contractuales contrarias a aquello que dispone este precepto.

Capítulo II

Actividades de promoción de ventas

Artículo 33

Ventas en promoción o en oferta

1. A efectos de esta ley, se entiende por venta en promoción o en oferta la que tiene la finalidad de dar a conocer un nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o diversos comercios.
2. La venta en promoción o en oferta tiene que ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la cual tienen que figurar con claridad:
 - a) El producto o los productos objeto de la promoción.
 - b) Las condiciones de venta.
3. El comerciante debe disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta. Si durante la promoción se agotan los productos ofrecidos, el comerciante puede prever el compromiso de la reserva del producto seleccionado durante un periodo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el comprador no está conforme con esta medida o ha transcurrido el plazo de la reserva sin que el comerciante haya podido atender la demanda, el producto solicitado se tiene que sustituir por otro de condiciones y características similares.
4. Los artículos que se quieran vender como productos en promoción se pueden adquirir con esta finalidad exclusiva, no pueden estar deteriorados, ni ser de una calidad inferior a la de los mismos productos que tengan que ser objeto de una futura oferta ordinaria a precio normal.

Artículo 34

Ventas con obsequio

1. Se consideran ventas con obsequio aquellas en las cuales el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de productos regulados en el artículo anterior.
2. Son de aplicación a las ventas con obsequio las reglas siguientes:
 - a) Durante el periodo 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 que cuente 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 tienen que constar en el envase o envoltorio del producto de que se trate o, si éste falta, tienen que ser divulgados adecuadamente.

c) Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales se deben entregar al comprador en el momento de la compra o bien en un plazo máximo de un mes a contar desde que el comprador cumpla los requisitos exigidos.

Artículo 35

Ventas en rebajas

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de ésta se ofrecen, en el mismo establecimiento donde se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de la venta mencionada.

2. Los artículos rebajados tienen que haber sido incluidos con anterioridad, y durante un mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas.

3. Corresponde a cada comerciante decidir libremente los periodos estacionales en que pueden tener lugar las rebajas, así como su duración.

En todo caso, las fechas de las rebajas se tienen que exhibir en los establecimientos comerciales en un lugar visible al público.

4. No se puede anunciar la venta en rebajas en un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos, sin perjuicio de que se pueda anunciar la de cada producto o artículo en concreto.

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

6. En todo caso, las reducciones de los precios se tienen que consignar haciendo figurar de forma clara el precio habitual y el reducido o el porcentaje de descuento.

7. No podrán ser objeto de rebajas productos deteriorados, con desperfectos, que presenten cualquier falta en relación con el mismo producto original puesto a la venta, u obsoletos. No se podrán poner a la venta en rebajas las unidades de producto adquiridas con esta finalidad.

Artículo 36

Ventas en liquidación

1. Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias, en los términos que se establecen en la normativa estatal básica.

2. Las ventas en liquidación tienen que cumplir los requisitos siguientes:

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

b) La liquidación por la realización de obras de importancia solo es posible cuando estas requieran el cierre del local.

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

d) La liquidación de los productos se tiene que efectuar en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, excepto en los casos de cierre inminente del local y en los de fuerza mayor.

e) Los anuncios de venta en liquidación tienen que indicar su causa y la fecha de inicio y de finalización.

f) En el supuesto de cese parcial se deben indicar los productos objeto de liquidación.

g) En todo caso, se debe comunicar al órgano competente en materia de comercio este tipo de venta de carácter excepcional.

3. La duración máxima de la liquidación es de un año.



Artículo 37

Ventas de saldos

1. Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, el desperfecto, el desuso o la obsolescencia de éstos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.
2. Esta modalidad de venta tiene que cumplir las siguientes determinaciones:
 - a) Los artículos objeto de venta tienen que estar debidamente identificados y separados del resto de las promociones.
 - b) En el lugar de venta debe figurar la denominación de saldos o restos y se tiene que hacer constar la fecha de inicio y de finalización. En caso de ser permanentes, se debe hacer constar esta circunstancia.
 - c) Se tiene que prestar atención especial a que las sugerencias de la existencia de ventajas económicas para el consumidor se correspondan con la realidad de los productos de que sean objeto.
 - d) Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados, tiene que constar expresamente esta circunstancia, de manera que sean susceptibles de ser identificados por el consumidor.
3. En el exterior de los establecimientos dedicados principalmente a la venta de saldos con carácter habitual y permanente, se tiene que señalar claramente esta circunstancia.
4. Los establecimientos dedicados de manera exclusiva a la venta de saldos pueden ofrecer artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos.

Artículo 38

Venta de excedentes de producción o de temporada

1. La venta de artículos excedentes de producción o de temporada que no tengan la condición de saldos, se puede anunciar y se puede efectuar bajo las denominaciones comerciales *outlet*, *factory* o establecimiento de restos de fábrica, tanto en establecimientos dedicados principalmente a este tipo de venta como en secciones de un establecimiento claramente separadas y diferenciadas del resto de artículos del establecimiento.
2. Únicamente los establecimientos dedicados principalmente a este tipo de venta pueden utilizar las denominaciones comerciales *outlet*, *factory* o establecimiento de restos de fábrica.
3. No podrán venderse productos expresamente fabricados para ser distribuidos en este tipo de establecimientos.
4. Los precios de venta de los artículos excedentes de producción o de temporada que estén a la venta en este tipo de establecimientos deberán ser inferiores al precio de venta de los de los circuitos convencionales.

Capítulo III

Ventas especiales

Artículo 39

Venta automática

1. La venta automática es la forma de distribución detallista en la cual se pone a disposición del consumidor un producto o servicio para que éste lo adquiera mediante la acción de cualquier tipo de mecanismo y después de pagar su importe.
2. Los diferentes modelos de máquinas para la venta automática tienen que cumplir la normativa técnica que sea de aplicación.
3. En todas las máquinas de venta tiene que figurar con claridad:
 - a) La información referida al producto y al comerciante que lo ofrece: el tipo de producto ofrecido, el precio, la identidad del ofertante y una dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones.
 - b) La información relativa a la máquina que expende el producto: el tipo de monedas que admite, las instrucciones para obtener el producto deseado y la acreditación del cumplimiento de la normativa técnica aplicable.





4. Todas las máquinas de venta tienen que permitir la recuperación automática del importe introducido en el caso de no facilitar el artículo solicitado.

5. En 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 empresa o actividad deben responder solidariamente con los titulares de las máquinas ante el comprador del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la venta automática.

6. Se prohíbe la venta automática de bebidas alcohólicas a personas menores de dieciocho años. Las máquinas de venta tienen que incorporar los mecanismos técnicos adecuados para impedirles el acceso.

Artículo 40

Venta a distancia

1. Se considera venta a distancia la realizada sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, siempre que su oferta y la aceptación se hagan de manera exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.

2. Las ventas a distancia se deben regir por esta ley y por la legislación estatal que sea aplicable, en particular por la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.

Artículo 41

Concepto de comercio electrónico

1. A efectos de esta ley, el comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos a través de Internet como medio principal de un comercio para realizar sus transacciones.

2. Cuando la venta se lleve a cabo a través de medios electrónicos, se debe aplicar preferentemente la normativa específica sobre servicios de la sociedad de información y de comercio electrónico.

Artículo 42

Tipo de comercio electrónico

Se distinguen dos tipos de comercio electrónico:

a) El comercio virtual con establecimiento físico, que se refiere al que ejerce un comercio con establecimiento físico y que complementa y potencia sus ventas tradicionales dando un servicio extra.

b) El comercio virtual sin establecimiento físico, que hace referencia a los fabricantes o productores que venden sus productos directamente o a los comercios electrónicos que venden productos que les proporciona un tercero, ya sea el fabricante o un proveedor.

Artículo 43

Venta a domicilio

1. Se entiende por venta a domicilio la llevada a cabo profesionalmente mediante la visita del vendedor o de sus empleados o agentes en el domicilio de los posibles compradores, en los lugares de ocio o trabajo y similares.

2. Las ventas a domicilio se deben regir, además de hacerlo por esta ley y por las disposiciones reglamentarias, por la normativa vigente en materia de protección de los consumidores y usuarios.

Capítulo IV **Venta ambulante**

Artículo 44

Venta ambulante o no sedentaria. Concepto

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

2. En todo caso, este tipo de venta únicamente se puede llevar a cabo en mercados fijos, periódicos u ocasionales, así como en lugares instalados en la vía pública.





3. Las actividades de venta ambulante o no sedentaria no pierden su condición por el hecho de que se lleven a cabo sobre suelo de propiedad o titularidad privada.

Artículo 45

Modalidades de venta ambulante

El ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria se puede llevar a cabo en alguna de las modalidades siguientes:

- a) Venta en mercados ocasionales.
- b) Venta en mercados periódicos.
- c) Venta en la vía pública.
- d) Venta en camiones tienda.

Artículo 46

Tipo de producto objeto de venta

1. Todos los productos pueden ser objeto de venta no sedentaria siempre que cumplan la normativa en materia de protección de la salud pública, de seguridad alimentaria y de seguridad de los consumidores, excepto que lo prohíba expresamente la normativa vigente.
2. Los ayuntamientos tienen que velar por el cumplimiento de lo que se establece en el punto anterior y pueden limitar los tipos de productos objeto de venta en cada caso.

Artículo 47

Régimen jurídico

Son de aplicación a esta modalidad de venta las prescripciones de esta ley, las de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, sin perjuicio de la normativa en materia de defensa de consumidores y usuarios, y de protección de la salud pública y la seguridad alimentaria.

Artículo 48

Autorizaciones

1. La venta ambulante solo se puede ejercer con la autorización previa de los ayuntamientos, los cuales tienen que establecer su procedimiento de concesión, que debe respetar el régimen de concurrencia competitiva y tiene que garantizar la transparencia, la imparcialidad y la publicidad adecuadas del proceso de concesión.
2. El procedimiento para otorgar la autorización municipal se debe llevar a cabo con criterios claros, sencillos, objetivos, que se tienen que dar a conocer con antelación. En todo caso, la autorización del ayuntamiento debe determinar la duración y la localización para ejercer la actividad.
3. El comerciante tiene que solicitar una autorización municipal por cada emplazamiento concreto y por cada modalidad de venta ambulante o no sedentaria que quiera ejercer.
4. Los puestos de venta no se pueden situar en los accesos a edificios de uso público, ante establecimientos comerciales e industriales de tal manera que impidan o dificulten el acceso o la visibilidad de los escaparates, ni en lugares que dificulten el acceso y la circulación.

Artículo 49

Duración

1. La autorización municipal debe tener duración limitada, por causa de la disponibilidad de suelo público habilitado. Para el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria en mercados periódicos la duración de la autorización no puede ser superior a un año.
2. Excepcionalmente, la autorización puede ser superior a este plazo en caso de inversiones, en los supuestos establecidos por cada ayuntamiento. En todo caso, la duración de la autorización no puede ser superior a siete años.
3. La vigencia de la autorización municipal para los mercados ocasionales y para la venta en circunstancias especiales se debe limitar a la duración del acontecimiento específico.





Artículo 50
Renovación

1. La renovación de la autorización no es automática, sino que se debe solicitar a instancia de parte.
2. Las administraciones competentes tienen que informar a las personas titulares de una autorización vigente del inicio del procedimiento para las nuevas concesiones de autorización.
3. Los cambios en los elementos fundamentales de la autorización deben ser motivados.

Artículo 51
Transmisión

1. La autorización no es transmisible.
2. Excepcionalmente, se podrá transmitir, con la comunicación previa al ayuntamiento competente, únicamente en caso de defunción o imposibilidad sobrevenida al titular de llevar a cabo la actividad:
 - a) En favor del cónyuge o pareja de hecho, de los ascendientes y descendientes en primer grado.
 - b) En favor de los trabajadores por cuenta del titular de la autorización municipal que acrediten una antigüedad mínima de un año.
3. El sustituto tiene que continuar la actividad de venta ambulante durante el resto del periodo de vigencia de la autorización, y sin perjuicio de la necesidad de cumplir los requisitos para el ejercicio de la venta ambulante y el resto de obligaciones que se puedan derivar.

Artículo 52
Revocación

Las autorizaciones pueden ser revocadas por los ayuntamientos en caso de incumplimiento de la normativa de comercio y de las normas sectoriales. Esta revocación debe ser motivada.

Artículo 53
Inspección y sanción

La inspección y la sanción de las infracciones en materia de venta ambulante son competencia de cada ayuntamiento, sin perjuicio de las competencias que la legislación vigente pueda atribuir a las distintas administraciones públicas en materia de inspección y ejercicio de la potestad sancionadora en materia de defensa de consumidores y usuarios, y de protección de la salud pública y la seguridad alimentaria.

Artículo 54
Ordenanzas municipales

Las ordenanzas municipales que regulan la venta ambulante o no sedentaria tienen que especificar, en todo caso:

- a) La zona de emplazamiento para el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria.
- b) Los días y los horarios en que se puede ejercer la actividad.
- c) El tipo de productos autorizados.
- d) Las condiciones de los puestos de venta y de sus productos.
- e) El número máximo de autorizaciones que se pueden conceder.
- f) La duración de la autorización.
- g) El procedimiento y los criterios para otorgar las autorizaciones.
- h) Los criterios excepcionales a considerar con ocasión de la celebración de fiestas y acontecimientos públicos.
- i) El régimen de inspección, infracción y sanción.





TÍTULO IV
FUNCIÓN INSPECTORA Y RÉGIMEN SANCIONADOR

Capítulo I
Inspección

Artículo 55

Órganos competentes

Corresponde al Gobierno de las Illes Balears, a través de la consejería competente en materia de comercio, el ejercicio de la función inspectora con el fin de garantizar el cumplimiento de esta ley, sin perjuicio de los convenios de colaboración que se puedan suscribir con los consejos insulares y con los ayuntamientos, con el fin de coadyuvar en la gestión de la ordenación de la actividad comercial, y de las competencias que correspondan a otras administraciones públicas.

Artículo 56

Personal de la inspección

1. El personal funcionario adscrito al órgano competente en materia de comercio debidamente acreditado debe llevar a cabo la inspección, la vigilancia y el control de la materia objeto de esta ley y tiene la condición de agente de la autoridad y puede solicitar la cooperación de las fuerzas y los cuerpos de seguridad del Estado y de la policía local.

La constatación de hechos que hagan y que formalicen en el documento de inspección correspondiente tiene valor probatorio.

2. El personal de la inspección debidamente acreditado tiene la obligación de exhibir esta acreditación cuando ejerza sus funciones.

3. El personal de la inspección de comercio tiene que actuar con independencia, sin perjuicio de la vinculación orgánica y funcional a la autoridad administrativa. Tiene la obligación de cumplir el deber de secreto profesional.

4. A efectos de comprobar los datos o completar las actuaciones de inspección, el personal de inspección puede acceder de oficio a las bases de datos interoperables de la misma administración o de otras administraciones públicas.

Artículo 57

Procedimiento de inspección

1. En el ejercicio de sus funciones, el personal inspector puede visitar todo tipo de establecimientos que tengan relación directa o indirecta con la investigación que lleve a cabo. Puede también requerir la colaboración de cualquier persona física o jurídica que, de forma directa o indirecta, pueda 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 mejorar su realización, se requieran la documentación y las comparencias a las cuales se hace referencia en el punto anterior, se puede hacer 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 mismos órganos de control.

3. También se pueden llevar a cabo investigaciones de mercado, destinadas a la obtención de información que permita conocer y hacer estudios del mercado en el sector comercial, con la finalidad de ser incluidos en las actuaciones de vigilancia y control.

Artículo 58

Contenido de las actas de inspección

1. Si durante su actuación el personal inspector detecta la existencia de indicios de infracción de la normativa comercial, debe extender acta, en la cual se tienen que hacer constar, como mínimo, los siguientes datos:

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

b) La identificación del inspector o la inspectora que actúa.

c) El lugar, la fecha y la hora de la actuación inspectora.

d) Los hechos apreciados, las circunstancias que concurren o que sean de interés y las alegaciones que quieran formular los que atienden la inspección.

e) Las diligencias practicadas, si las hay, como pueden ser: control de documentos, pruebas practicadas, verificaciones, así como las requisitorias de documentación o comparencia, que deben indicar los plazos o las fechas para llevarlas a cabo. Para efectuar estas



diligencias, los órganos de control pueden solicitar la asistencia de técnicos especialistas, que deben actuar conjuntamente con el personal inspector.

f) La firma del personal inspector actuante así como de la persona o las personas comparecientes, en su caso, a las que se les tiene que advertir previamente del derecho que las asiste de hacer constar en acta las manifestaciones que deseen formular, relacionadas con el contenido de ésta.

2. La negativa a firmar del compareciente no invalida el acta. Si ésta se produce, se le tiene que comunicar que puede firmarla al único efecto de recepción del documento, hecho que se tiene que hacer constar.

3. El compareciente obtendrá de la inspección una copia de los documentos que se redacten durante su actuación, excepto cuando tengan carácter meramente estadístico o informativo.

4. Si, en el curso de la información reservada o una vez iniciado el procedimiento, el órgano competente o el instructor o la instructora, en su caso, consideran que hay identidad de sujeto, de hecho y de fundamento entre la presunta infracción administrativa y una posible infracción penal, deben trasladar las actuaciones al Ministerio Fiscal, con suspensión de las actuaciones administrativas.

5. Si el personal inspector durante las actuaciones que lleva a cabo detecta situaciones o hechos constitutivos de irregularidades de carácter formal, puede requerir, mediante un acta de inspección, que las situaciones o los hechos se corrijan bien inmediatamente o bien dentro del plazo que se conceda al efecto.

Una vez transcurrido el plazo concedido sin que se haya hecho la corrección, se seguirá la tramitación administrativa correspondiente.

6. Los inspectores deben documentar el resto de actuaciones mediante informes, diligencias y comunicaciones.

Capítulo II

Infracciones administrativas

Artículo 59

Infracciones

1. Sin perjuicio de las responsabilidades de otra índole que se puedan derivar, constituyen infracciones administrativas en materia de comercio interior las acciones u omisiones tipificadas en esta ley.

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

Artículo 60

Responsabilidad

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en esta ley corresponde a la persona física o jurídica que haga las acciones u omisiones tipificadas en ella. Se presume que las han hecho los titulares de la empresa o de la actividad comercial de que se trate.

Artículo 61

Infracciones leves

Se consideran infracciones leves las siguientes:

1. La no exhibición de la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentaria establecida cuando ésta sea preceptiva.

2. El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y las horas de apertura y de cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en un lugar visible del establecimiento.

3. El incumplimiento de los horarios comerciales cuando no constituya falta grave o muy grave.

4. El incumplimiento de lo que dispone la Ley 7/1996 en relación con las ofertas de venta conjunta.

5. Omitir, en los anuncios de subastas, los requisitos establecidos en la Ley 7/1996.

6. El retraso en la devolución de las fianzas constituidas por los licitadores no adjudicatarios de las ventas en subasta.

7. No exhibir las fechas de las rebajas en los establecimientos comerciales en un lugar visible al público.





8. No consignar los precios, según lo que establece el artículo 25 de esta ley.

9. No cumplir los requisitos, las obligaciones y el resto de normas imperativas o prohibitivas contenidas en esta ley, en los términos establecidos en ésta y en la normativa reglamentaria de despliegue, cuando el incumplimiento de la norma no constituya una infracción grave o muy grave.

Artículo 62

Infracciones graves

Se consideran infracciones graves las siguientes:

1. La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y los funcionarios de la administración en el ejercicio de sus funciones de comprobación, y el suministro de información inexacta o incompleta.
2. Exigir precios superiores a aquéllos que hubieran sido objeto de fijación administrativa.
3. Abrir el establecimiento comercial un número de horas semanales superior a lo que establece la normativa vigente.
4. Hacer ventas con pérdidas, según lo que establece la Ley 7/1996.
5. El incumplimiento de la prohibición que describe el artículo 5.2 de esta ley.
6. La exposición y la venta de vehículos usados fuera de establecimientos comerciales sin autorización.
7. La falta de veracidad en los anuncios de prácticas promocionales calificando indebidamente las ventas u ofertas correspondientes.
8. No hacer figurar en cada uno de los artículos objeto de una venta promocional el precio habitual y el reducido o el porcentaje de descuento, cuando sea preceptivo.
9. No acompañar el anuncio de una venta promocional de toda la información prevista en el artículo 30 de esta ley.
10. Simultanear ventas promocionales sin cumplir las previsiones que establece esta ley.
11. Utilizar las actividades de promoción de ventas condicionadas a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.
12. Limitar el número de unidades de producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador o aplicar precios mayores o descuentos menores a medida que mayor sea la cantidad adquirida.
13. Establecer criterios discriminatorios de preferencia entre los compradores, cuando la oferta de los artículos promocionados no sea suficiente para satisfacer toda la demanda.
14. Incumplir la obligación de delimitar claramente y anunciar visiblemente los artículos promocionados del resto de artículos y promociones que puedan concurrir en el establecimiento.
15. Incumplir lo que establece el artículo 33 de esta ley sobre la disposición de existencias en las ventas en promoción.
16. Vender como productos en promoción artículos deteriorados o de una calidad inferior a la de los mismos productos que tengan que ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.
17. Anunciar o realizar operaciones de venta en liquidación con incumplimiento de los requisitos establecidos al respecto.
18. La afectación de los objetos ofertados en las ventas con obsequio, en rebaja o en liquidación, por alguna causa que reduzca su valor del mercado.
19. Incumplir el artículo 34 de esta ley en relación con las ventas con obsequio.
20. Ofertar artículos que no estén dispuestos en el establecimiento para la venta a su precio habitual con un mes de antelación a la fecha del inicio de la venta en rebajas.
21. Ofertar como rebajados artículos defectuosos o adquiridos expresamente con esta finalidad.
22. No identificar y diferenciar los artículos rebajados del resto, en el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados.



23. No hacer figurar de forma clara el precio habitual y el reducido o el porcentaje de descuento en la venta en rebajas.
24. Vender artículos o productos bajo la denominación de saldos cuando éstos no se ajusten a lo que establece esta ley.
25. No indicar claramente que se trata de un establecimiento dedicado principalmente a venta de saldos, según lo que establece el artículo 37 anterior.
26. No separar ni diferenciar claramente la venta de artículos excedentes de producción o de temporada que no tengan la condición de saldos del resto de artículos del establecimiento.
27. Utilizar las denominaciones comerciales *outlet*, *factory* o establecimiento de restos de fábrica, cuando no se trate de un establecimiento dedicado principalmente a la venta de excedentes de producción o de temporada.
28. Anunciar ventas como si fueran de fabricante o mayorista, con incumplimiento de lo que establece al respecto el artículo 35 de la Ley 7/1996.
29. Hacer ventas a distancia incumpliendo las condiciones y limitaciones que para estas ventas establece la Ley 7/1996.
30. La oferta de operaciones en cadena o pirámide, prohibida por la Ley 7/1996.
31. El incumplimiento de los plazos de garantía y servicios post-venta, así como de la custodia de los artículos.
32. La venta automática de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años.
33. La reincidencia en infracciones leves según lo que dispone el artículo 67 de la Ley 7/1996.
34. El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de la actividad infractora.
35. Ejercer la venta ambulante sin la preceptiva autorización o sin ajustarse a ella.

Artículo 63

Infracciones muy graves

Se consideran infracciones muy graves las siguientes:

1. La negativa o la resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o de cualquier otra forma de presión.
2. No disponer de la autorización autonómica para la instalación de gran establecimiento comercial, cuando ésta sea preceptiva.
3. Abrir el establecimiento comercial en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales.
4. Las que, habiéndose calificado como graves, hayan supuesto una facturación superior a 300.000 euros.
5. La reincidencia en infracciones graves según lo que dispone el artículo 67 de la Ley 7/1996.

Artículo 64

Prescripción de las infracciones

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

Capítulo III **Sanciones**

Artículo 65

Tipología de las sanciones

1. Las infracciones señaladas en esta ley tienen que dar lugar a la imposición de las sanciones siguientes:





- a) Admonición.
- b) Multa.
- c) Cierre del establecimiento o suspensión de la actividad comercial, por un plazo máximo de un año.

2. La comisión de las infracciones muy graves y graves lleva implícita la prohibición de obtener subvenciones y otras ayudas provenientes del órgano competente en materia de comercio durante un plazo máximo de dos años.

Artículo 66 **Sanciones**

Las sanciones aplicables para las infracciones son las siguientes:

- a) Las infracciones leves se tienen que sancionar con admonición o multa de 150 euros hasta 1.500 euros.
- b) Las infracciones graves se tienen que sancionar con una multa de 1.501 euros hasta 30.000 euros.
- c) Las infracciones muy graves se tienen que sancionar con una multa de 30.001 euros hasta 300.000 euros, y en el supuesto de que hayan significado un grave riesgo para la salud, un grave perjuicio económico o hayan generado una amplia alarma social, tienen que suponer, además, el cierre del establecimiento o la suspensión de la actividad comercial por un plazo máximo de un año.

Artículo 67 **Graduación de las sanciones**

1. Las sanciones se deben graduar sobre todo en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causados, el volumen de la facturación a la cual afecta, el grado de voluntariedad o de intencionalidad del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, la capacidad económica del infractor y el plazo de tiempo durante el cual se haya cometido la infracción.

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

3. El pago voluntario de la sanción resultante de la comisión de cualquiera de las infracciones impuestas supondrá lo siguiente:

- a) El pago voluntario que se haga efectivo antes de la propuesta de resolución de la sanción impuesta determinará una reducción del 50% del importe fijado en la resolución de inicio del procedimiento, y se tiene que pagar en el plazo de quince días que se contarán desde el día siguiente al de la notificación de la resolución de inicio.
- b) El pago voluntario que se haga efectivo antes de la resolución que ponga fin al procedimiento sancionador determinará una reducción del 25% del importe fijado en el procedimiento, y se tiene que pagar en el plazo de diez días que se contarán desde el día siguiente al de la notificación de la propuesta de resolución.

Artículo 68 **Órganos competentes**

Los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones, así como para adoptar las medidas cautelares pertinentes, son:

- a) El director o la directora general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, en las infracciones leves.
- b) El consejero o la consejera competente en materia de comercio, en las infracciones graves y en todo tipo de medidas cautelares.
- c) El Gobierno de las Illes Balears, para los supuestos de las infracciones muy graves y de cierre temporal de la empresa o del establecimiento infractor.

Artículo 69 **Medidas cautelares**

1. La autoridad competente para la incoación del procedimiento sancionador puede acordar, en cualquier momento del procedimiento, mediante una resolución motivada, la adopción de las medidas cautelares adecuadas, siempre que concurren circunstancias graves que afecten a la seguridad de las personas o de los bienes, que supongan un perjuicio grave o manifiesto de difícil reparación, o que sea necesario



para asegurar la eficacia de la resolución que, si corresponde, puede recaer.

2. Entre estas medidas cautelares se encuentran las siguientes:

- a) La inmovilización o el decomiso de las mercancías con respecto a las infracciones relacionadas con los objetos ofertados.
- b) La paralización de las obras o la clausura o el cierre de los establecimientos o las instalaciones que no tengan las autorizaciones preceptivas correspondientes.
- c) La suspensión temporal de la actividad comercial cuando no se cumplan los requisitos para su ejercicio.

3. Estas medidas cautelares, que no tienen el carácter de sanción, se pueden mantener durante el tiempo necesario para la rectificación de los defectos existentes y como máximo hasta la resolución del procedimiento.

4. Cuando se produzca la infracción prevista en el artículo 63.2 de esta ley, el órgano competente para la incoación del expediente sancionador puede acordar el cierre del establecimiento, en caso de que esté abierto al público, como medida cautelar que garantice la eficacia de lo que dispone esta ley respecto de la necesidad de obtener autorización autonómica previa de gran establecimiento comercial, sin que sea necesaria la audiencia previa de la persona interesada.

Artículo 70

Prescripción de las sanciones

Las sanciones prescriben: a los tres años, las calificadas de muy graves; a los dos años, las calificadas de graves; y a los seis meses, las calificadas de leves. Estos plazos se deben contar a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

Disposición adicional primera

Ordenación territorial de determinados equipamientos comerciales

Los consejos insulares, mediante las previsiones adecuadas en el plan territorial insular respectivo o a través de la elaboración y la aprobación específica de un plan director sectorial, deben establecer la ordenación y las medidas de fomento del sector comercial para conseguir un desarrollo armonioso y coherente de la ocupación y la utilización del suelo destinado al ejercicio de actividades comerciales.

Disposición adicional segunda

Venta de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales

1. Se prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a personas menores de dieciocho años en establecimientos comerciales. Esta prohibición se debe hacer constar de forma visible en los establecimientos comerciales que incluyan bebidas alcohólicas en su oferta. Corresponde a los ayuntamientos la regulación, mediante ordenanza, de esta prohibición, que debe incluir la inspección y la sanción de las infracciones.
2. Los ayuntamientos, en el ámbito de su término municipal y mediante ordenanza, pueden acordar, por razones de orden público, imponer la prohibición de la venta de bebidas alcohólicas entre las 24.00 horas y las 08.00 horas del día siguiente a los establecimientos comerciales que incluyan en su oferta este tipo de bebidas, con independencia del régimen de apertura que les sea de aplicación. En este caso, la ordenanza tiene que establecer la regulación de la inspección y la sanción de las infracciones en esta materia.

Disposición adicional tercera

Exención de permiso de instalación en determinados establecimientos comerciales

Los establecimientos comerciales con superficie de venta inferior a 700 m² en la isla de Mallorca, a 400 m² en las islas de Menorca y de Ibiza y a 300 m² en la isla de Formentera que estuvieran abiertos al público el día 17 de octubre de 2006, estarán exentos, en caso de que no la tengan, de obtener la licencia de instalación y de apertura municipal.

La no exigibilidad del permiso de instalación y de la licencia de apertura y funcionamiento no supone la exención del cumplimiento de la normativa aplicable.

Disposición adicional cuarta

Explotaciones agrarias con comercialización complementaria

1. Excepcionalmente, quedan sujetos a la ordenación comercial que regula esta ley las empresas instaladas en suelo rústico que acrediten que se dedican principalmente al cultivo y la comercialización de flores, plantas y árboles de todo tipo y, complementariamente, a la



comercialización de los materiales, productos y accesorios destinados a su mantenimiento, siempre que al entrar en vigor esta ley estén inscritas en el registro de explotación agraria de las Illes Balears correspondiente, creado por el Decreto 53/2006, de 16 de junio, por el que se regula el Registro General de Explotaciones Agrarias de las Illes Balears.

2. La superficie dedicada a la comercialización complementaria de los materiales, productos y accesorios que se señalan en el apartado anterior, excepto sustratos y contenedores, no puede suponer más de un 10% del total de la superficie dedicada al cultivo y la comercialización de flores, plantas y árboles de todo tipo, con un límite no superior a 700 m² en la isla de Mallorca, a 400 m² en las islas de Menorca y de Ibiza y a 300 m² en la isla de Formentera.

Disposición adicional quinta
Normativa específica

Lo que dispone esta ley se entiende sin perjuicio de lo que establecen la legislación en defensa de los consumidores y usuarios; la sectorial correspondiente, en relación con la dispensa o la venta de determinados productos o mercancías y la prestación de determinados servicios; y la legislación en materia de actividades.

Disposición adicional sexta
Simplificación administrativa

En todos los procedimientos afectados por esta ley se tienen que aplicar los principios de simplificación administrativa previstos en el Decreto 6/2013, de 8 de febrero, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos.

Disposición adicional séptima
Plan de desarrollo y dinamización de la actividad comercial

El Gobierno y la Administración de la comunidad autónoma de las Illes Balears tienen que elaborar un plan de desarrollo y dinamización de la actividad comercial y han de prever las dotaciones necesarias para su desarrollo.

Disposición adicional octava
Fomento de las asociaciones empresariales de comercio más representativas

Las administraciones públicas de las Illes Balears, con competencias en materia de comercio, tienen que promover el fomento de las asociaciones empresariales de comercio más representativas, con representación de todo el ámbito de la comunidad autónoma de las Illes Balears.

Disposición adicional novena
Catálogo de comercios emblemáticos

Los ayuntamientos establecerán un catálogo de comercios emblemáticos en el cual se determinará su carácter extraordinario y singular.

Disposición transitoria primera
Comisión Interinsular Asesora de Comercio

En el plazo de un mes desde la entrada en vigor de esta ley, las organizaciones, las instituciones y los órganos representados en la Comisión Interinsular Asesora de Comercio tienen que proponer sus representantes al consejero o la consejera competente en materia de comercio.

Disposición transitoria segunda
Domingos y otros festivos de apertura comercial autorizada para el 2015

El número de domingos y otros festivos que los comercios pueden permanecer abiertos al público el año 2015 es de quince.

Disposición transitoria tercera
Venta ambulante o no sedentaria

1. Los ayuntamientos de las Illes Balears disponen de un plazo máximo de un año a partir de la entrada en vigor de esta ley para regular o adaptar sus ordenanzas de venta ambulante a las disposiciones contenidas en esta ley. Mientras tanto, los ayuntamientos que no dispongan de ordenanza propia se deben regir por las disposiciones establecidas en esta ley.

2. Las autorizaciones concedidas antes de la entrada en vigor de esta ley conservan la validez durante el periodo de vigencia correspondiente.





Disposición derogatoria única

Normas que se derogan

1. Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o de inferior rango que se opongan, contradigan o sean incompatibles con lo que dispone esta ley.
2. En particular, quedan derogadas la Ley 11/2001, de 15 de junio, de ordenación de la actividad comercial en las Illes Balears, y la Orden de la consejera de Comercio, Industria y Energía de 10 de mayo de 2010, por la que se regulan la adscripción, la composición y el régimen de funcionamiento del Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears.

Disposición final primera

Despliegue

1. El Gobierno de las Illes Balears puede dictar las disposiciones reglamentarias necesarias para aplicar y desarrollar esta ley.
2. Se faculta al Gobierno de las Illes Balears para que, mediante un decreto, actualice periódicamente la cuantía de las sanciones económicas contenidas en esta ley. El aumento nunca puede ser superior a la tasa de variación interanual que experimente el índice de precios al consumo.

Disposición final segunda

Entrada en vigor

La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el *Butlletí Oficial de les Illes Balears*.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos guarden esta Ley y que los Tribunales y las Autoridades a los que corresponda la hagan guardar.

Palma, 15 de octubre de 2014

El presidente,

José Ramón Bauzá Díaz





ANEXO
Contenido del certificado del ayuntamiento

_____, secretario o secretaria del Ayuntamiento de _____.

A petición de la empresa..... y a efectos de acreditar que el proyecto presentado ante este ayuntamiento de la actividad comercial a llevar a cabo se ajusta a la normativa urbanística y a sus instrumentos de despliegue,

CERTIFICO:

1. Expediente

Solicitante:

Representante:

Fecha de solicitud:

Superficie construible o edificada:

Actividad comercial pretendida:

2. Ubicación del inmueble, finca o solar

Dirección:

Número:

Referencia catastral:

3. Planeamiento general

Planeamiento general vigente:

Fecha de aprobación definitiva:

Fecha de publicación de las normas urbanísticas en el BOIB:

4. Planeamiento incorporado de aplicación y estado de la ejecución

Tipología del planeamiento incorporado de aplicación y estado de la ejecución (se especifica la totalidad de las tipologías de que se trate: plan parcial, plan especial, estudio de detalle; proyecto de urbanización, proyecto de dotación de servicios, proyecto de compensación y/o proyecto de reparcelación):

Fecha de aprobación definitiva del planeamiento incorporado de cada una de las tipologías:

Fecha de publicación en el BOIB de cada una de las tipologías:

5. Clasificación del suelo

¿El inmueble, la finca o el solar está ubicado en un terreno que tiene la clasificación de suelo urbano y la condición de solar definidas en la legislación urbanística vigente?

SÍ/NO

6. Calificación del suelo

(Hay que especificar la calificación y la zonificación de aplicación.)

7. Cumplimiento de los parámetros urbanísticos de aplicación

SÍ/NO

<http://www.caib.es/eboibfront/pdf/es/2014/143/892336>





8. Régimen de usos permitidos

SÍ/NO

9. Modificaciones del planeamiento, si procede

Planeamiento que se modifica:

Determinaciones de las modificaciones de aplicación en el inmueble, la finca o el solar mencionado:

10. Contaminación acústica

Acreditación de cumplir la Ley 1/2007, de 16 de marzo, contra la contaminación acústica de las Illes Balears, y su reglamento de desarrollo (hay que especificar si se trata de un área acústica o de una zona acústica especial):

11. Patrimonio histórico

Acreditación de cumplir la Ley 12/1998, de 21 de diciembre, del patrimonio histórico de las Illes Balears, y su normativa de desarrollo (hay que especificar si se trata de un bien de interés cultural o de un inmueble catalogado o si está situado dentro de un entorno de protección):

12. Movilidad de personas y vehículos

Acreditación de que el establecimiento proyectado no incide negativamente en la red vial ni en el resto de infraestructuras públicas, y que la dotación de plazas de aparcamiento se ajusta a los parámetros de la normativa municipal vigente.

13. Conclusión

¿La actividad comercial proyectada se ajusta a las determinaciones del instrumento municipal de planeamiento general y a sus instrumentos de despliegue y de gestión urbanística, normas municipales de contaminación acústica, de movilidad de personas y vehículos, así como al resto de normas de competencia municipal?

SÍ/NO

Y para que conste, expido este certificado a efectos de lo que dispone el artículo 14.4.a) de la Ley de comercio de las Illes Balears, con el visto bueno de _____.

_____, ____ de _____ de 20

(Firma)

Visto bueno

