

LEY DE CANTABRIA 1/2002, DE 26 DE FEBRERO, DEL COMERCIO DE CANTABRIA.

(BOC nº 45, de 6 de marzo de 2002)

(BOE nº 79, de 2 de abril de 2002)

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE CANTABRIA

Conózcase que el Parlamento de Cantabria ha aprobado y yo, en nombre de Su Majestad el Rey, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 15.2º del Estatuto de Autonomía para Cantabria, promulgo la siguiente:

LEY DE CANTABRIA 1/2002, DE 26 DE FEBRERO, DEL COMERCIO DE CANTABRIA.

PREÁMBULO

El artículo 24.13 del Estatuto de Autonomía para Cantabria, reformado por la Ley Orgánica 11/1998, de 30 de diciembre, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y de la legislación sobre defensa de competencia. Estas competencias debe ejercerlas de acuerdo con las bases y la ordenación de la actuación económica general y la política monetaria del Estado, en los términos de los artículos 38, 131 y en los párrafos 11º y 13º del apartado 1 del artículo 149 de la Constitución Española.

Haciendo uso de esta competencia, el Gobierno de Cantabria aprobó el Decreto 12/2000, de 8 de marzo, de Ordenación del Comercio Minorista de la Comunidad Autónoma de Cantabria, el cual, como se desprende de su título, se limitaba a desarrollar la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como su complementaria Ley Orgánica 2/1996, de la misma fecha, teniendo en cuenta la casuística propia del sector comercial de Cantabria aunque referido, exclusivamente, a aquellas cuestiones con una problemática que requerían una urgente regulación y con una naturaleza provisional «ante la certeza de la tramitación de la oportuna Ley de Comercio», según se indicaba en su exposición de motivos.

El siguiente paso en la regulación específica del comercio en Cantabria lo constituye la presente Ley, en cuya elaboración se han tenido en cuenta los principios generales que inspiran las referidas Leyes estatales, así como las normas liberalizadoras contenidas en el Real Decreto-Ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios, respetando sus preceptos básicos.

Ello no obstante, se ha pretendido atender las necesidades particulares que el comercio de Cantabria precisa en su regulación, para lo cual se ha tenido en cuenta, particularmente, la experiencia acumulada durante estos años en ejecución de la normativa estatal de comercio.

Consecuentemente, la estructura de la presente Ley coincide básicamente con la de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y, de hecho, recoge literalmente diversos preceptos de la misma, técnica que ha parecido más conveniente para facilitar su comprensión.

La Ley consta de 82 artículos, 6 títulos, 3 disposiciones adicionales, 3 transitorias, 1 derogatoria y 3 finales.

Entrando en el análisis de dicha estructura, en el Título I se enuncian los principios generales.

Entre estos principios generales, además de la definición de determinados conceptos básicos, se crea un Registro de Asociaciones de Comerciantes de Cantabria, con el cual se pretende institucionalizar una figura de gran importancia para el desarrollo del sector como es la de la agrupación de empresarios del comercio.

Asimismo, se definen y regulan los Grandes Establecimientos Comerciales y los Establecimientos de Descuento Duro, estableciendo que, para su apertura, se deberá obtener una licencia comercial específica e indicando, además, los criterios fundamentales que deberán tenerse en cuenta para la elaboración de una futura ley de estructuras comerciales con cuya aprobación se dispondrá de un mapa comercial de Cantabria

en el que, definidas las zonas y subzonas de influencia, se delimitarán los eventuales espacios cuya dotación comercial pueda verse mejorada.

El Título II de la Ley se refiere a la regulación de los horarios comerciales.

Su redacción, inevitablemente, es reflejo de la normativa básica estatal establecida en el Real Decreto-Ley 6/2000, por el que se establece un escalonamiento en el número mínimo de domingos que los establecimientos comerciales podrán abrir al público y que llegará a ser de doce en el año 2004.

Por lo demás, la normativa en materia de horarios contemplada en la Ley, mantiene los criterios ya establecidos en el Decreto 12/2000, de 8 de marzo.

El Título III trata de las actividades de promoción de venta.

En esta materia, la experiencia adquirida en los últimos años ha permitido introducir cuestiones normativas propias con las que se pretende dar solución a la problemática existente en materia de promociones y rebajas.

Las ventas especiales se contemplan en el Título IV.

Este tipo de ventas comprende la venta a distancia, la venta automática, la venta ambulante o no sedentaria, la venta en pública subasta, la venta ocasional y la venta domiciliaria, actividades comerciales que requieren una autorización administrativa específica para su ejercicio.

En la consideración de que, salvo las ventas a distancia, esta categoría de ventas tiene una repercusión estrictamente local en aplicación del principio de autonomía municipal, la Ley otorga la competencia para la concesión de las correspondientes autorizaciones a los Ayuntamientos de Cantabria, sin perjuicio de establecer unas directrices mínimas que deberán ser observadas por las Administraciones locales en la tramitación de los oportunos expedientes de autorización, destacando, particularmente, las que conciernen a la venta ambulante.

Precisamente este último tipo de actividad comercial ha sido objeto de un cuidadoso tratamiento en la Ley guiado por el objetivo de dignificar y profesionalizar la venta realizada fuera de un establecimiento comercial permanente, actividad que, en determinadas zonas de Cantabria, viene a cubrir una necesidad de abastecimiento y que, por otro lado, puede complementar la oferta de los establecimientos permanentes compatibilizando los intereses legítimos de las distintas fórmulas comerciales en beneficio de una mayor atracción del comercio urbano.

El Título V de la Ley regula la actividad comercial en régimen de franquicia, limitándose, prácticamente, a reproducir la normativa estatal en esta materia y estableciendo el procedimiento de inscripción en el correspondiente Registro.

Finalmente, el Título VI trata del régimen de infracciones y sanciones, pudiéndose destacar, al respecto, que se ha establecido un sistema de graduación del importe de las sanciones que no sólo tendrá en cuenta la gravedad de la infracción cometida, sino también el tamaño económico de la empresa infractora.

En cuanto a las disposiciones transitorias, debe destacarse, en la primera, la mención a la futura Ley de estructuras comerciales de Cantabria, la cual, como se ha dicho, determinará los parámetros concretos que permitirán decidir sobre la instalación de Grandes Establecimientos Comerciales y Establecimientos de Descuento Duro, estableciendo, en consecuencia, una moratoria en la tramitación de las correspondientes solicitudes hasta la entrada en vigor de dicha Ley.

Asimismo, la disposición transitoria segunda establece una serie de plazos para que los Ayuntamientos adapten sus Ordenanzas a la presente Ley.

Por último, la presente Ley se ha elaborado oído el Consejo Económico y Social de Cantabria y consultados los representantes del Sector Comercial.

TÍTULO I

PRINCIPIOS GENERALES

CAPÍTULO ÚNICO

CONCEPTOS BÁSICOS

Artículo 1. Objeto.

La presente Ley tiene por objeto la regulación del comercio interior en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Artículo 2. Actividad comercial.

1. A los efectos de esta Ley se entiende por actividad comercial la que consiste en ofrecer en el mercado toda clase de bienes de uso y consumo.

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

3. Se considera que la actividad comercial tendrá carácter minorista cuando tenga como destinatario al consumidor final.

4. La actividad comercial se entenderá de carácter mayorista cuando tenga como destinatarios a otros empresarios que no sean consumidores finales.

5. En la oferta al público de mercancías de cualquier clase, únicamente podrá invocarse por el vendedor su condición de fabricante o mayorista cuando, en el primer caso, fabrique realmente los productos anunciados y, en el segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas. En ambos casos, además, los precios ofertados deberán ser los mismos que apliquen a comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

6. Cuando la actividad comercial tenga un carácter limitado en el tiempo deberá indicarse con claridad su duración.

Artículo 3. Deber de colaboración.

1. Los empresarios dedicados a la actividad comercial y sus representantes deberán atender y cumplir los requerimientos que la Administración competente y sus agentes les dirijan en el ejercicio de sus funciones de vigilancia, así como suministrar cuanta información les sea requerida en relación con las mismas.

Igualmente, deberán facilitar esta información los órganos de las Administraciones públicas, empresas públicas, organismos oficiales, registros públicos y organizaciones empresariales y profesionales.

2. En el curso de la actuación inspectora, los funcionarios encargados de la inspección de comercio tendrán el carácter de autoridad y podrán acceder directamente a la documentación de las empresas que inspeccionen cuando lo consideren necesario para comprobar el cumplimiento de las prescripciones legales que regulen el ejercicio de la actividad comercial de que se trate, estando obligados a cumplir el deber de sigilo profesional.

Artículo 4. Registro de asociaciones de comerciantes.

1. Se crea el registro de asociaciones de comerciantes de Cantabria en el cual podrán inscribirse las asociaciones sin fines de lucro con domicilio social en Cantabria que agrupen empresas de comercio mayorista o minorista que desarrollen su actividad dentro del ámbito territorial de esta Comunidad Autónoma.

2. La inscripción en dicho registro, así como en los que corresponda por su propia naturaleza jurídica, será condición imprescindible para que una asociación de comerciantes, según se define en el apartado anterior, pueda optar a una convocatoria de ayudas de la Administración de la Comunidad Autónoma.

3. El registro de asociaciones de comerciantes de Cantabria tendrá carácter público, siendo la inscripción en el mismo voluntaria y gratuita.

Artículo 5. Establecimientos comerciales.

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente destinados al ejercicio regular de actividades comerciales.

2. Salvo en las excepciones legalmente contempladas, no se podrá practicar la actividad comercial fuera de los establecimientos comerciales.

Artículo 6. Grandes Establecimientos Comerciales.

1. Tendrá la consideración de Gran Establecimiento Comercial aquel que, destinándose al comercio al por menor de cualquier clase de artículo, dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria, tenga una superficie útil de exposición y venta superior a dos mil quinientos metros cuadrados, bien desde su apertura, bien cuando la supere por ampliación posterior.

A estos efectos, tendrán la consideración de Gran Establecimiento Comercial, tanto los de carácter individual como los de carácter colectivo.

Se entiende por Grandes Establecimientos Comerciales de carácter colectivo aquellos integrados por un conjunto de locales de venta que han sido proyectados conjuntamente, o que están relacionados por elementos comunes cuya utilización comparten, en los que se ejercen actividades de forma empresarial independiente.

Se excluyen de esta consideración los mercados municipales de abastos.

La inclusión de un establecimiento que reúna las condiciones establecidas en el primer párrafo del presente apartado en un Gran Establecimiento Comercial colectivo, no evita su consideración individual como Gran Establecimiento Comercial.

2. A los efectos de esta Ley, tendrá la consideración de superficie útil de exposición y ventas: la totalidad de los espacios donde se exponen las mercancías con carácter habitual y permanente, o destinados a tal fin con carácter eventual o periódico, y a los que puede acceder la clientela para realizar las compras; los espacios internos destinados al tránsito de las personas; la superficie de la zona de cajas; la comprendida entre éstas y las puertas de salida, así como las dedicadas a actividades de prestación de servicios. En los establecimientos comerciales que dispongan de secciones de venta asistida por dependiente, asimismo, se considerará superficie útil de exposición y venta la zona ocupada por las personas vendedoras detrás del mostrador, a la cual no tiene acceso el público.

Artículo 7. Establecimientos de Descuento Duro.

1. A los efectos de esta Ley, tendrán la consideración de Establecimientos de Descuento Duro aquellos que pertenezcan a una misma empresa o grupo de empresas cuyo volumen de ventas, en el ejercicio económico anterior, sea superior a tres mil millones (3.000.000.000) de euros y que, como establecimientos, reúnan, al menos, dos de las siguientes características:

- a) Que su superficie de venta sea mayor de quinientos metros cuadrados.
- b) Que el porcentaje de referencias con marcas blancas propias o del distribuidor supere el setenta por ciento del conjunto de las comercializadas en el establecimiento.
- c) Que el número de referencias en la oferta total del establecimiento sea inferior a mil.

2. La definición contemplada en este artículo se extenderá a los establecimientos dependientes de empresas de distribución comercial, nacionales o internacionales, cuyo capital social esté participado en más de un veinticinco por ciento por empresas o grupos de empresas en los que concurren las características mencionadas, tomándose los valores señalados a nivel de grupo consolidado.

Artículo 8. Apertura y cambio de titularidad de Grandes Establecimientos Comerciales y de Establecimientos de Descuento Duro.

1. La apertura de Grandes Establecimientos Comerciales y de Establecimientos de Descuento Duro requerirá la concesión de una licencia comercial específica, otorgada por la Consejería competente en materia de comercio, previa tramitación del oportuno expediente.

Se considerará, igualmente, sujeta a dicha concesión, la ampliación de un establecimiento comercial cuando, como consecuencia de la misma, su superficie útil de exposición y venta, supere los dos mil quinientos metros cuadrados, así como la modificación de la actividad o sector del comercio a que se dedique un gran establecimiento comercial previamente implantado.

No se requerirá la licencia en el caso de Grandes Establecimientos Comerciales de carácter colectivo cuando ninguno de los establecimientos que lo integren tenga la consideración de Gran Establecimiento Comercial, individualmente considerado, ni aquellos proyectos que por primera vez supongan la ampliación o modificación de un Gran Establecimiento Comercial existente, siempre que la superficie de venta en que vaya a verse incrementado el establecimiento no exceda del quince por ciento de la superficie de venta anterior, debiéndose comunicar, no obstante, a la Consejería competente en materia de comercio, el proyecto correspondiente con un mes de antelación, a efectos de su conocimiento.

Deberán solicitar esta licencia, en todo caso, los segundos y ulteriores proyectos de ampliación o modificación del establecimiento existente.

Asimismo, quedará sometido a la concesión de esta licencia el cambio de titularidad de un Gran Establecimiento Comercial o Establecimiento de Descuento Duro ya establecido.

2. La licencia comercial específica, establecida en el presente artículo, será presentada por los interesados ante los Ayuntamientos como requisito previo a la concesión por éstos de las licencias urbanísticas para la implantación de un Gran Establecimiento Comercial o de un Establecimiento de Descuento Duro tal y como se definen en la presente Ley.

Artículo 9. Criterios de concesión de la licencia comercial.

1. Para la resolución de los expedientes de concesión de la licencia comercial establecida en el artículo anterior se ponderará, especialmente, la existencia, o no, de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el nuevo emplazamiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquélla. Para realizar esta ponderación se estará a lo que disponga la ley de estructuras comerciales de Cantabria.

2. Asimismo se tendrá en cuenta el impacto urbanístico, paisajístico y sobre el medio natural provocado por el nuevo establecimiento y la incidencia de la nueva instalación comercial en el sistema viario, la dotación de plazas de aparcamiento y la accesibilidad del establecimiento proyectado en relación con los diferentes medios de transporte público.

3. En todo caso, serán preceptivos, además del informe del Tribunal de Defensa de la Competencia, el de la Cámara Oficial de Comercio y el del Ayuntamiento en cuyos respectivos ámbitos territoriales pretenda instalarse el nuevo establecimiento.

Artículo 10. Plazos y resolución.

El plazo para la tramitación del expediente de concesión de licencia comercial específica de Gran Establecimiento Comercial será, como máximo, de seis meses a contar desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro de la Consejería competente en materia de comercio.

Transcurrido dicho plazo, de no recaer resolución administrativa expresa, la solicitud se entenderá estimada.

La resolución expresa deberá ser motivada.

Artículo 11. Caducidad de la licencia.

La licencia comercial otorgada se entenderá caducada en el caso de que el proyecto de instalación del Gran Establecimiento Comercial o del Establecimiento de Descuento Duro autorizado no se realice, en su totalidad, en el plazo de ejecución previsto en su propio proyecto. Este plazo no podrá ser superior a dieciocho meses a contar desde la obtención de las autorizaciones preceptivas, sin perjuicio de la posibilidad de prórroga por causas justificadas, alegadas y probadas ante la Consejería competente en materia de

comercio para la concesión de la licencia. La solicitud de prórroga deberá realizarse con una antelación mínima de un mes a la fecha de caducidad de la licencia, entendiéndose concedida de no recaer resolución expresa sobre la misma en el plazo de dos meses. En ningún caso podrá superar la prórroga la mitad del plazo inicialmente concedido.

Artículo 12. Prohibición de ventas al por menor.

1. No podrán ejercer el comercio al por menor, además de las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido, los empresarios individuales o sociales a quienes la normativa especial de la actividad que desarrollan les exija dedicarse exclusivamente a la misma.

2. Se prohíbe, expresamente, la exposición y venta de mercancías al comprador en los establecimientos de las entidades cuya actividad sea distinta a la comercial y, como consecuencia de la actividad que les es propia, tengan como finalidad principal la realización de préstamos, depósitos u operaciones de análoga naturaleza adheridas a la oferta comercial de la mercancía, de tal forma que una no se pudiera hacer efectiva sin la otra.

En todo caso, se presumirá la existencia de estas actuaciones en el supuesto de que el comprador pudiera realizar pedidos o adquirir mercancías en los establecimientos de aquéllas.

3. La infracción de lo dispuesto en el apartado anterior será sancionable con arreglo a lo establecido en la presente Ley, con independencia de las responsabilidades derivadas, en su caso, de la respectiva legislación especial y sin perjuicio de la improcedencia de que un mismo hecho sea objeto de una doble sanción administrativa.

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

Artículo 13. Prohibición de la venta con pérdida.

1. No se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida, fuera de los supuestos regulados en los Capítulos III y IV del Título III de la presente Ley, a menos que, quien las realice, tenga por objetivo alcanzar los precios de uno o varios competidores con capacidad para afectar, significativamente, a sus ventas, y lo comunique, al menos con una antelación de veinticuatro horas a la aplicación del precio correspondiente, a la Administración competente en materia comercial o se trate de artículos perecederos en las fechas próximas a su inutilización. En todo caso, deberá respetarse lo dispuesto en la Ley sobre competencia desleal.

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

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

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

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

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

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

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

8. Las bonificaciones, descuentos y conceptos análogos, sujetos al cumplimiento de condiciones futuras no podrán ser considerados como descuentos mientras no se cumplan aquellas condiciones a las que están sujetas, de acuerdo con lo establecido en los artículos 1113 y 1114 del Código Civil.

9. La autoridad competente podrá requerir simultánea e indistintamente, la presentación de la factura al proveedor y al comerciante.

10. Las obligaciones contenidas en el presente artículo serán exigibles tanto a los comerciantes minoristas como a los mayoristas y a cuantas entidades intermediarias se dediquen a centralizar compras por cuenta de estos comerciantes.

TÍTULO II

HORARIOS COMERCIALES

CAPÍTULO ÚNICO

REGULACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES

Artículo 14. Horarios de apertura y cierre.

1. El horario global en el que los establecimientos comerciales podrán abrirse al público durante el conjunto de días laborables de la semana, será como máximo, de noventa horas. Los horarios de apertura y cierre, así como su distribución dentro de los días laborables de la semana, serán fijados, libremente, por el titular de cada establecimiento, sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral y en los convenios colectivos aplicables.

2. Asimismo, los domingos y festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público anualmente, según lo establecido en el artículo 43 del Real Decreto-Ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios, serán, como mínimo, nueve en el año 2001, diez en 2002, once en 2003 y doce desde 2004, sin perjuicio de lo que disponga la legislación básica emanada de la Administración General del Estado en esta materia.

3. El horario correspondiente a cada domingo o día festivo será determinado, libremente, por el comerciante, sin que pueda exceder de doce horas.

4. La Consejería de Economía y Hacienda concretará, anualmente, los domingos o festivos en los que los comercios podrán realizar su actividad.

5. Todos los establecimientos comerciales deberán exponer, en lugar visible para el público, el calendario de días laborables y los horarios de apertura y cierre.

Artículo 15. Comercios con libertad de horarios.

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos comerciales que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a trescientos metros cuadrados, excluidos los que pertenezcan a grupos de distribución u operen bajo el mismo nombre comercial de aquéllos.

2. A estos efectos, se considerará grupo de distribución el que sea titular, bien directamente o bien a través de una empresa participada, directa o indirectamente, en más de un veinticinco por ciento, de más de

cinco establecimientos cuya superficie conjunta de exposición y venta supere los dos mil quinientos metros cuadrados.

3. También gozarán de plena libertad de apertura los establecimientos dedicados, exclusivamente, a la comercialización de alguno o algunos de los siguientes artículos:

a) Productos de panadería, pastelería y repostería.

b) Platos preparados.

c) Prensa.

d) Flores y plantas.

e) Carburantes y combustibles.

f) Productos culturales, entendiéndose como tales los libros, soportes musicales, vídeos, obras de arte, antigüedades, sellos y recuerdos de artesanía popular.

4. Igualmente, tendrán libertad de horarios las tiendas de conveniencia, entendiéndose por tales, aquellas que, con una extensión útil no superior a quinientos metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.

5. Asimismo, gozarán de plena libertad de apertura los establecimientos minoristas situados en estaciones de medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo.

6. Del mismo modo, la libertad de horarios se extenderá a los establecimientos comerciales minoristas, con una superficie útil de venta y exposición no superior a dos mil quinientos metros cuadrados, que se encuentren situados en zonas de gran afluencia turística.

7. La determinación de las zonas de gran afluencia turística, así como los períodos de la aplicación de libertad de apertura en las mismas, será establecida por la Consejería competente en materia de comercio, a petición del Ayuntamiento interesado el cual deberá aportar informes al respecto emitidos por la Cámara Oficial de Comercio, a cuyo ámbito territorial corresponda, y por la asociación o asociaciones de comerciantes con mayor implantación en el municipio, o acreditar que se han solicitado.

8. Las oficinas de farmacia se regirán por su normativa específica.

9. Cuanto se determina en el presente artículo sobre libertad de horarios será de aplicación sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa laboral y en los convenios colectivos aplicables.

TÍTULO III

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Artículo 16. Concepto.

Las actividades de promoción de ventas que se realicen por los comerciantes en Cantabria únicamente podrán emplear las denominaciones de ventas en rebajas, ventas de saldos, ventas en liquidación, ventas con descuento o ventas con obsequio cuando se ajusten a la regulación respectivamente establecida en la presente Ley, quedando expresamente prohibida la utilización de las citadas denominaciones, u otras similares, para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal.

Artículo 17. Información.

1. En los anuncios de las ventas a las que se refiere el artículo anterior deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

2. Cuando las actividades de promoción de ventas enumeradas no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, entendiéndose como artículo la unidad de producto individualmente comercializada, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los productos o grupos de productos a los que realmente afecte.

Artículo 18. Constancia de la reducción de precios.

1. Siempre que se oferten productos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido. En el supuesto de productos puestos a la venta por primera vez no podrá hacerse ninguna referencia cuantitativa ni porcentual que sugiera algún tipo de descuento.

Se entenderá por precio anterior el que hubiese sido aplicado sobre artículos idénticos durante un período continuado de, al menos, treinta días en el curso de los seis meses precedentes.

2. No obstante lo señalado en el apartado precedente, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de productos puestos a la venta con anterioridad por el comerciante bastará con el anuncio genérico de la misma sin necesidad de que conste, individualmente, en cada producto ofertado.

Artículo 19. Determinación de los artículos ofertados.

En el caso de que se oferten productos a precio normal y a precio reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados, de forma que no puedan, razonablemente, confundirse, y distinguiendo, en su caso, la existencia de saldos, liquidaciones, descuentos u obsequios.

Artículo 20. Promociones limitadas a determinados colectivos.

Las normas que regulan las ventas recogidas en el presente Título serán aplicables aun cuando estas actividades promocionales vayan dirigidas a un número restringido de personas, previamente seleccionadas.

Artículo 21. Deber de comunicación.

1. Los comerciantes deberán comunicar a la Consejería competente en materia de comercio, con una antelación mínima de quince días, las fechas durante las que pretendan realizar actividades promocionales consistentes en rebajas, saldos, liquidaciones, descuentos o ventas con obsequio siempre que el conjunto de artículos, entendidos como bienes individualmente considerados, objeto de promoción, supere la cuarta parte del total de los expuestos a la venta en un momento determinado.

2. Dicha comunicación deberá indicar las condiciones aplicables a la actividad promocional de que se trate.

CAPÍTULO II

VENTA EN REBAJAS

Artículo 22. Concepto.

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los productos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta como consecuencia de la finalización de una temporada comercial.

2. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los artículos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Artículo 23. Temporada de rebajas.

1. Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales. La primera se iniciará a principios de cada año y la segunda en torno al período estival.

2. La duración de cada período de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos, meses de acuerdo con la decisión de cada comerciante y dentro de las fechas concretas que fijará, anualmente, la Consejería competente en materia de comercio.

3. En ningún caso, la fecha de inicio de un período de rebajas podrá coincidir con un domingo o festivo.

Artículo 24. Productos rebajados.

Los productos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad, durante el plazo mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas y no podrán haber sido objeto de práctica de promoción alguna en el curso del mes que preceda a la fecha de inicio de la venta en rebajas.

Artículo 25. Prohibición de simultanear las rebajas con otra actividad de promoción comercial.

No podrá simultanearse, en un mismo establecimiento comercial y para el mismo tipo de productos, la venta en rebajas con cualquier otra actividad promocional de ventas regulada en el presente Título.

CAPÍTULO III

VENTA DE SALDOS

Artículo 26. Concepto.

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

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

3. Tampoco cabe calificar como venta de saldos aquella en que los artículos no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, excepción hecha de los establecimientos dedicados específica y exclusivamente al referido sistema de venta.

Artículo 27. Deber de información.

1. Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de "venta de restos".

2. Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible.

3. Los establecimientos dedicados específica y exclusivamente a la venta de saldos deberán indicarlo de forma que sea claramente visible desde el exterior del local.

CAPÍTULO IV

VENTA EN LIQUIDACIÓN

Artículo 28. Concepto.

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

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

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

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

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

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

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

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

Artículo 29. Duración y reiteración.

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

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

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

CAPÍTULO V

VENTA CON DESCUENTO

Artículo 30. Concepto.

1. A los efectos de esta Ley, se considera venta promocional con descuento la que consiste en ofrecer, mediante cualquier procedimiento publicitario, incluidos los anuncios expuestos en el propio establecimiento, una reducción sobre el precio aplicado con anterioridad por un comerciante sobre un determinado producto o grupo de productos.

2. Los artículos sobre los que se aplique descuento no podrán estar deteriorados o ser de peor calidad que los que se hubiesen comercializado con anterioridad.

Artículo 31. Requisitos.

La actividad promocional de venta con descuento se sujetará a las siguientes condiciones:

a) Su finalidad deberá consistir en potenciar la venta de determinados productos o en el relanzamiento de un establecimiento que haya sido objeto de una importante remodelación física reciente, lo que se deberá acreditar aportando el oportuno proyecto técnico.

b) Salvo en el supuesto de un comercio remodelado, no podrá ser objeto de este tipo de promoción más del cuarenta por ciento de los artículos, entendidos como bienes individualmente considerados, existentes en el establecimiento.

c) El periodo máximo de duración de una venta con descuento en un establecimiento remodelado será de dos meses desde la fecha de su reapertura.

Cuando esta actividad vaya dirigida a la promoción de determinados productos, su duración no podrá ser inferior a un día ni superior a treinta.

En ambos casos, los productos promocionados no podrán ser objeto de nuevas ventas con descuento.

d) Todo anuncio de venta con descuento deberá especificar su duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a la misma. Asimismo, deberá indicar los productos afectados, salvo cuando se desarrolle este tipo de promoción en un establecimiento remodelado y se encuentren incluidos en la misma, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta.

CAPÍTULO VI

VENTA CON OBSEQUIOS

Artículo 32. Concepto.

1. Con la finalidad de promover las ventas, podrá ofertarse a los compradores otro producto o servicio gratuito o a precio especialmente reducido, ya sea en forma automática, o bien mediante la participación en un sorteo o concurso.

2. Cuando el incentivo consista en un sorteo, lo dispuesto en la presente Ley será aplicable sin perjuicio de lo establecido en la legislación sectorial correspondiente.

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

Artículo 33. Veracidad de la oferta.

Se considera engañosa la oferta de productos con premio o regalo cuando el consumidor no reciba real y efectivamente lo que razonablemente cabría esperar de acuerdo con la oferta realizada.

Artículo 34. Entrega de los obsequios.

1. Los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo de tres meses a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes artículos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

2. En el caso de que los obsequios ofrecidos formen parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualesquiera de aquéllos por otro distinto, a no ser que en la oferta pública del incentivo se haya establecido otro procedimiento para obtener las diferentes piezas de la colección.

TÍTULO IV

VENTAS ESPECIALES

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Artículo 35. Concepto.

1. Se consideran ventas especiales, a efectos de la presente Ley, las ventas a distancia, las ventas ambulantes o no sedentarias, las ventas automáticas, las ventas en pública subasta, las ventas ocasionales y las ventas domiciliarias.

2. Las ventas de bienes muebles a plazos se regirán por su normativa específica.

Artículo 36. Registro de ventas especiales.

1. Se crea el registro de ventas especiales de Cantabria, adscrito a la Consejería competente en materia de comercio, en el que se inscribirán los comerciantes que ejerzan cualesquiera de las actividades objeto del presente Título.

2. Corresponde a esta Consejería autorizar las ventas a distancia cuando se desarrollen por comerciantes establecidos en el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

3. La autorización para el ejercicio de las ventas ambulantes, ventas automáticas, ventas en pública subasta, ventas ocasionales y ventas domiciliarias, corresponderá al Ayuntamiento en cuyo termino municipal se realice la actividad. Dicho Ayuntamiento deberá comunicar, en el plazo de un mes, a la Consejería competente en materia de comercio, el acuerdo de concesión para la correspondiente inscripción en el registro.

CAPÍTULO II

VENTA A DISTANCIA

Artículo 37. Concepto.

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación del vendedor y la aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza.

En particular, estarán incluidas en este concepto aquellas que se realicen mediante pedidos sobre catálogos previamente distribuidos a los posibles compradores.

2. La autorización de las ventas a distancia, así como la inscripción de las respectivas empresas en el correspondiente registro, corresponderá a la Consejería competente en materia de comercio.

3. La regulación establecida en la presente Ley para las ventas a distancia no será de aplicación a:

a) La venta mediante máquinas automáticas.

b) Los productos realizados a medida.

c) Los contratos de suministros de productos alimenticios, de bebidas o de otros artículos de hogar no duraderos y de consumo corriente.

Artículo 38. Propuesta de contratación.

1. En todas las propuestas de contratación deberá constar, inequívocamente, que se trata de una propuesta comercial.

2. Asimismo, se deberá informar al consumidor de que la utilización de una técnica de comunicación a distancia para la transmisión del pedido tiene carácter oneroso, a menos que este extremo resulte evidente.

3. En todo caso, deberán cumplirse las disposiciones vigentes sobre respeto a la intimidad y sobre protección de los menores, considerándose solamente el nombre, apellidos y domicilio de las personas que figuran en el censo electoral como datos accesibles al público en los términos establecidos por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y dando la oportunidad a las personas de oponerse a recibir comunicaciones comerciales.

Artículo 39. Contenido de las propuestas.

La oferta de venta a distancia debe incluir, al menos, los siguientes extremos:

a) Identidad del proveedor.

b) Características especiales del producto.

c) Precio y, en su caso, debidamente separados, los gastos del transporte, así como cualquier otro que incremente el importe final a pagar por el consumidor.

d) Forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.

e) En los supuestos de pago aplazado, deberán indicarse las cantidades periódicas, así como la total a abonar por el comprador.

f) Plazo de validez de la oferta.

Artículo 40. Necesidad de consentimiento expreso.

1. En ningún caso la falta de respuesta a la oferta de venta a distancia podrá considerarse como aceptación de aquélla.

2. Si el vendedor, sin aceptación explícita del destinatario de la oferta, enviase a éste el producto ofertado, se aplicará lo dispuesto en el artículo siguiente.

Artículo 41. Prohibición de envíos no solicitados.

1. Queda prohibido enviar al consumidor artículos o mercancías no pedidas por él al comerciante, excepción hecha de las muestras comerciales. En caso de que así se haga, y sin perjuicio de la infracción que ello suponga, el receptor de tales artículos no estará obligado a su devolución, ni podrá reclamársele el precio.

Caso de que decida devolverlo, no deberá indemnizar por los daños o deméritos sufridos por el producto.

2. No será de aplicación lo dispuesto en el apartado anterior cuando sea evidente que el envío se debía a un error, ya que tenía la finalidad de responder a una demanda que, en realidad, no se había producido. En este caso, el receptor deberá guardarlo a disposición del vendedor durante un mes desde que comunique la recepción errónea del objeto, teniendo derecho a retenerlo hasta ser indemnizado con una cantidad igual al diez por ciento de su valor en venta o hacerlo suyo definitivamente, si esta indemnización no le fuera satisfecha en el plazo antes indicado.

Artículo 42. Plazo de ejecución y pago.

1. De no indicarse en la oferta el plazo de ejecución del pedido, éste deberá cumplimentarse dentro de los treinta días siguientes al de su recepción por el vendedor.

2. Sólo podrá exigirse el pago antes de la entrega del artículo cuando se trate de un pedido que se haya elaborado con algún elemento diferenciador para un cliente específico y a solicitud del mismo.

Artículo 43. Derecho de desistimiento.

1. El comprador podrá desistir libremente del contrato dentro del plazo de siete días contados desde la fecha de recepción del artículo.

En el caso de que la adquisición del artículo se efectuase mediante un acuerdo de crédito, el desistimiento del contrato principal implicará la resolución de aquél.

2. El ejercicio del derecho de desistimiento no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite, en cualquier forma admitida en Derecho.

3. El derecho de desistimiento del comprador no puede implicar la imposición de penalidad alguna, si bien el comprador deberá satisfacer los gastos directos de devolución y, en su caso, indemnizar por los desperfectos del objeto de la compra.

Artículo 44. Excepciones al derecho de desistimiento.

Lo dispuesto en el artículo anterior no será de aplicación a los siguientes supuestos:

a) A los productos cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de un mercado no controlado por el proveedor.

b) A los contratos celebrados con intervención de fedatario público.

c) Tampoco se extenderá el derecho de desistimiento, salvo pacto en contrario, a las ventas de artículos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, que se destinen a la higiene corporal o que, en razón de su naturaleza, no puedan ser devueltos.

Artículo 45. Pago mediante tarjeta.

1. Cuando el importe de una compra hubiese sido cargado utilizando el número de una tarjeta de pago sin que ésta hubiese sido presentada directamente o identificada electrónicamente, su titular podrá exigir la inmediata anulación del cargo.

En tal caso, las correspondientes anotaciones de adeudo y reabono en las cuentas del proveedor y del titular se efectuarán a la mayor brevedad.

2. Sin embargo, si la compra hubiese sido efectivamente realizada por el titular de la tarjeta y, por lo tanto, hubiese exigido indebidamente la anulación del correspondiente cargo, aquél quedará obligado frente al vendedor al resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados como consecuencia de dicha anulación.

Artículo 46. Información.

A la ejecución del contrato, el comprador deberá haber recibido por escrito y en castellano, información comprensiva de todos los datos señalados en el artículo 39 y, además, de los siguientes:

- a) Dirección de uno de los establecimientos del vendedor, así como su domicilio social.
- b) En su caso, condiciones de crédito o pago escalonado.
- c) Documento de desistimiento o revocación, identificado claramente como tal, conteniendo el nombre y dirección de la persona a quien debe enviarse y los datos de identificación del contrato y de los contratantes a que se refiere.

Artículo 47. Irrenunciabilidad de los derechos.

La renuncia efectuada, explícita o implícitamente, por el consumidor a los derechos que le son reconocidos en el presente Capítulo será nula y no impedirá la debida aplicación de las normas contenidas en el mismo.

CAPÍTULO III

VENTA AUTOMÁTICA

Artículo 48. Concepto.

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

2. Todas las máquinas para la venta automática deberán cumplir la normativa vigente en materia de homologación.

3. Para la instalación de máquinas de venta automática se requerirá autorización específica de las autoridades competentes por razón del producto objeto de la actividad, así como la del Ayuntamiento correspondiente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 36 de la presente Ley. Serán, también, exigibles las autorizaciones que resulten necesarias por otras razones de carácter sectorial.

Artículo 49. Advertencias obligatorias.

En todas las máquinas de venta deberá figurar con claridad cuál es el producto que expenden, su precio, tipo de monedas que admiten, instrucciones para la obtención del producto deseado, identidad del oferente, dirección y teléfono donde se atenderán las reclamaciones, así como referencia a las autorizaciones concedidas.

Artículo 50. Recuperación del importe.

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

Artículo 51. Responsabilidad.

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

CAPÍTULO IV

VENTA AMBULANTE O NO SEDENTARIA

Artículo 52. Concepto y autorización.

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

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

- a) Mercados ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija.
- b) Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.
- c) Venta realizada en camiones-tienda.
- d) Puestos instalados en la vía pública en circunstancias y condiciones precisas.

Artículo 53. Ordenanzas municipales.

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

- a) Los lugares y períodos en los que puede desarrollarse la venta ambulante
- b) Las modalidades de venta ambulante admitidas, teniendo en cuenta las características de cada municipio.
- c) Requisitos para el ejercicio de la venta ambulante.
- d) Régimen de autorizaciones.
- e) Número total de puestos o licencias.
- f) Productos que podrán ser ofrecidos a la venta.
- g) Tasa a pagar por la concesión de la licencia.
- h) Régimen interno de funcionamiento del mercadillo, en su caso.
- i) Previsión del régimen sancionador.
- j) Relación de derechos y deberes de los comerciantes ambulantes.

Artículo 54. Licencias.

1. Para la concesión de la licencia para el ejercicio de la venta ambulante, se exigirá que el peticionario acredite:

- a) Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y en el régimen de Seguridad Social que corresponda, estando al corriente en el pago de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social.
- b) Cumplir los requisitos de las reglamentaciones de cada tipo de productos.

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

d) Satisfacer las tasas y tributos fijados en la Ordenanza.

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

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

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

4. La titularidad de las licencias se ajustará a las siguientes condiciones:

a) Las licencias podrán concederse tanto a personas físicas como a sociedades y serán intransferibles.

b) En el caso de que el titular sea una persona física, podrán desarrollar la venta, además del propio titular, sus familiares o dependientes dados de alta en el correspondiente régimen de Seguridad Social.

c) No obstante lo señalado en el párrafo a), en el supuesto de fallecimiento de la persona física titular de la licencia, podrá sucederle en la titularidad el heredero que se designe.

d) En el supuesto de que la licencia sea concedida a una sociedad, ésta deberá indicar al Ayuntamiento el nombre de la persona, socio o dependiente, que desarrollará la actividad, la cual deberá estar dada de alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda.

e) A los efectos de lo establecido en el párrafo a), se considerará que se ha transferido la licencia cuando se incorporen a la sociedad nuevos socios cuya participación supere un tercio del capital. Se exceptúa de lo establecido en este párrafo a las sociedades cooperativas y a los supuestos de incorporación de nuevos socios por transmisión "mortis causa".

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

6. Los Ayuntamientos remitirán, dentro del primer trimestre de cada año natural, a la Consejería competente en materia de comercio, una relación actualizada de los comerciantes a los que se les haya otorgado la licencia correspondiente.

Artículo 55. Lugares de venta.

1. La delimitación por los Ayuntamientos de aquellos lugares donde pueda ejercerse la venta ambulante requerirá audiencia previa de la Cámara de Comercio correspondiente.

2. Los Ayuntamientos cuidarán de que los lugares destinados al ejercicio de la venta ambulante se encuentren en las debidas condiciones de limpieza y salubridad y de que cuenten con una adecuada dotación de infraestructuras.

Artículo 56. Productos objeto de venta.

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

2. No se podrán vender alimentos o productos alimenticios no envasados por quien carezca del carné de manipulador de alimentos.

Artículo 57. Información.

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

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

CAPÍTULO V

VENTA EN PÚBLICA SUBASTA

Artículo 58. Concepto.

1. La celebración de una pública subasta consiste en ofertar, pública e irrevocablemente, la venta de un bien a favor de quien ofrezca, mediante el sistema de pujas y dentro del plazo concedido al efecto, el precio más alto por encima de un mínimo, ya se fije éste inicialmente o mediante ofertas descendentes realizadas en el curso del propio acto.

2. La regulación de las ventas en pública subasta contenida en la presente Ley se aplicará tanto a las efectuadas por empresas que se dediquen habitualmente a esta actividad, como a aquellas que la realicen ocasionalmente, quedando excluidas las subastas de títulos-valores, las subastas judiciales o administrativas, así como las que se lleven a cabo en lonjas, puertos y lugares similares que se regirán por su normativa específica.

Artículo 59. Contrato de subasta.

1. En el supuesto de que los bienes a subastar no pertenezcan a la empresa que desarrolla esta actividad, las relaciones con el propietario de los mismos se ajustarán a lo estipulado entre las partes de acuerdo con la normativa general sobre contratación.

2. En defecto de pacto expreso, se entenderá que todos los gastos de la subasta, incluidos los de custodia y, en su caso, tasación, corresponden a la empresa de subastas, sin que el propietario deba entregar por este concepto remuneración adicional alguna, fuera del precio o gratificación establecido.

También corresponderá a la referida empresa, salvo estipulación en contrario, la obligación de custodia y exposición de los bienes y, en su caso, los de inclusión en el catálogo.

3. La empresa subastadora deberá comprobar, en su caso, el cumplimiento de los requisitos establecidos en la legislación para la protección del tesoro artístico, histórico y bibliográfico.

4. El encargo de subasta deberá documentarse por escrito en el que se identificarán las partes, el objeto y condiciones de la venta, así como la retribución de la empresa subastadora.

Artículo 60. Oferta de venta en subasta.

1. La oferta de venta en subasta deberá contener una descripción veraz de los objetos que salen a la misma, con identificación de si sus calidades son ciertas o, simplemente, supuestas o adveradas por determinado experto.

2. En especial, cuando, en salas especializadas en objetos de arte o de valor, se oferte la venta en subasta de una imitación o de un artículo que, aunque aparentemente precioso, no lo sea en realidad, deberá hacerse constar, expresamente, esta circunstancia tanto en los anuncios como en las invitaciones a las pujas.

Quando se oferte la venta en subasta de un objeto acompañado del nombre o de las iniciales de un determinado autor o precisando que aparece firmado por el mismo, se considerará que se vende como original de dicho autor, a menos que consten con claridad las oportunas advertencias.

3. Lo dispuesto en el apartado 2 del presente artículo será también de aplicación a las ventas de objetos preciosos o artísticos que se oferten al público en forma distinta a la subasta.

Artículo 61. Relaciones entre la empresa subastadora y los licitadores.

1. Únicamente podrá exigirse la constitución de fianza a los licitadores cuando expresamente se haya consignado esta condición en los anuncios de la subasta.

En ningún caso, el importe de las fianzas podrá ser superior al cinco por ciento del precio de salida de los bienes en cuya licitación se quiera participar.

2. La fianza constituida por los licitadores a quienes no hubiese sido adjudicado el remate les deberá ser reintegrada dentro del plazo máximo de tres días a contar desde la finalización del acto.

3. En el caso de que el rematante no satisficiera el precio en las condiciones en que se hizo la adjudicación, perderá la fianza constituida que, en defecto de pacto, corresponderá al titular del bien subastado, una vez deducido el premio o comisión atribuible a la empresa subastadora, sin perjuicio del derecho del vendedor a exigir el cumplimiento del contrato.

Artículo 62. Documentación.

1. Adjudicado un bien, se consignará inmediatamente por escrito procediéndose a la entrega del mismo una vez satisfecho el precio del remate o la parte del mismo determinada en los correspondientes anuncios.

2. Las ventas en pública subasta deberán, necesariamente, formalizarse mediante documento público o privado que, en su caso, podrá ser otorgado por la empresa subastadora como mandataria del propietario del bien subastado.

Artículo 63. Efectos de la venta en subasta.

1. La adquisición de bienes muebles mediante una venta en pública subasta de acuerdo con lo previsto en la presente Ley determinará la irreivindicabilidad de los mismos en la forma establecida en el artículo 85 del Código de Comercio.

2. La empresa subastadora responderá solidariamente con el titular del bien subastado por los vicios o defectos ocultos de la cosa vendida cuando hubiese incumplido las obligaciones de información que le impone el artículo 60 de la presente Ley.

Artículo 64. Autorización.

La actividad de venta en subasta deberá ser autorizada por el Ayuntamiento en cuyo ámbito territorial vaya a ser realizada.

En el caso de empresas que se dediquen con carácter permanente a esta actividad, la autorización se concederá por una sola vez y con carácter temporal ilimitado, sin perjuicio de su oportuna revocación por incumplimiento de las condiciones requeridas y, en cualquier caso, tras el oportuno expediente administrativo.

CAPÍTULO VI

VENTA OCASIONAL

Artículo 65. Concepto y requisitos.

1. Se denomina venta ocasional a aquella que consista en la oferta de bienes en establecimientos o centros, públicos o privados, que no tengan carácter comercial permanente para esta actividad, por un periodo de tiempo limitado y que no se trate de otra modalidad de venta expresamente regulada en la presente Ley.

2. Cuando la venta ocasional suponga la entrega inmediata del producto comercializado deberá indicarse al comprador la existencia de un plazo, de al menos siete días, durante el cual podrá ejercer el derecho de desistimiento para lo que se le facilitará una dirección en la cual pueda efectuar la correspondiente devolución o, en su caso, reclamación.

3. Si la entrega del producto se difiere en el tiempo será de aplicación a la venta ocasional lo dispuesto en los artículos 39 y siguientes del Capítulo II del presente Título.

4. La actividad de venta ocasional deberá ser autorizada por el Ayuntamiento en cuyo ámbito territorial se desarrolle.

CAPÍTULO VII

VENTA DOMICILIARIA

Artículo 66. Concepto.

1. Se consideran ventas domiciliarias, a los efectos de esta Ley, las realizadas profesionalmente mediante la visita del vendedor, o de sus empleados o agentes, al domicilio de los posibles compradores, tanto si se produce la entrega de la cosa vendida en el mismo momento o no.

2. Tendrá, igualmente, la consideración de venta domiciliaria la llamada "venta en reunión", a la que asista un grupo de personas y se celebre en el domicilio de una de ellas.

3. No se considerará venta a domicilio la venta por correspondencia ni las entregas a domicilio de mercancías adquiridas por cualquier otro tipo de venta.

Artículo 67. Requisitos.

1. Corresponde a cada Ayuntamiento la autorización para el ejercicio de la venta a domicilio en su término municipal.

2. Las empresas de venta a domicilio deberán tener a disposición de la autoridad administrativa una relación actualizada del personal que intervenga en este tipo de venta.

3. Se deberá cumplir con la normativa reguladora del producto que se vende, no pudiendo ser objeto de venta domiciliaria aquellos cuya regulación prohíba este tipo de ventas, especialmente los alimenticios y los que, por la forma de presentación u otras circunstancias, no cumplan con las normas técnico-sanitarias o de seguridad.

Artículo 68. Información.

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

a) Identificación y domicilio de la empresa.

b) Datos esenciales del producto, de forma que permitan su identificación inequívoca en el mercado.

c) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazos de envío.

2. En todos los supuestos de venta domiciliaria el vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que le asiste de disponer de un periodo, de al menos siete días, durante el cual podrá decidir la devolución del producto de que se trate y a recibir las cantidades que haya entregado, salvo que se trate de productos perecederos.

TÍTULO V

DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA

CAPÍTULO ÚNICO

DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA

Artículo 69. Regulación del régimen de franquicia.

1. La actividad comercial en régimen de franquicia es la que se lleva a efecto en virtud de un acuerdo o contrato por el que una empresa, denominada franquiciadora, cede a otra, denominada franquiciada, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios.

2. Las empresas que, teniendo su domicilio en Cantabria, realicen, con el carácter de franquiciadoras, la actividad comercial de franquicia, tal como se define en el apartado anterior, deberán presentar, en la Consejería competente en materia de comercio, la documentación a que se refiere el artículo

7 del Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, a efectos del cumplimiento de lo establecido en el mismo.

3. Con una antelación mínima de veinte días a la firma de cualquier contrato o precontrato de franquicia o entrega por parte del futuro franquiciado al franquiciador de cualquier pago, el franquiciador deberá haber entregado al futuro franquiciado por escrito la información necesaria para que pueda decidir libremente y con conocimiento de causa su incorporación a la red de franquicia y, en especial, los datos principales de identificación del franquiciador, descripción del sector de actividad del negocio objeto de franquicia, contenido y características de la franquicia y de su explotación, estructura y extensión de la red y elementos esenciales del acuerdo de franquicia.

TÍTULO VI

INFRACCIONES Y SANCIONES

CAPÍTULO I

INFRACCIONES

Artículo 70. Clases de infracciones.

1. Sin perjuicio de las responsabilidades que de otro orden pudieran derivarse, constituyen infracciones administrativas en materia de ordenación del comercio, las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ley, las cuales serán objeto de sanciones administrativas, previa la instrucción del correspondiente expediente sancionador, iniciado de oficio o por reclamación o denuncia.

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

Artículo 71. Responsabilidad.

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en la presente Ley corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de la empresa y actividades comerciales de que se trate.

Artículo 72. Infracciones leves.

Tendrán la consideración de infracciones leves:

a) No exhibir la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentariamente establecida.

b) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimiento comerciales, o no hacerlo en lugar visible del mismo.

c) El incumplimiento de las normas sobre indicación de precios.

d) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 34 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, acerca de las ofertas de venta conjunta.

e) En general, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley o en las normas dictadas para su desarrollo que no sean objeto de sanción específica.

Artículo 73. Infracciones graves.

Tendrán la consideración de infracciones graves:

a) Ejercer una actividad comercial en los casos de prohibición, o sin previa autorización en el caso de que ésta fuera preceptiva, cuando no constituya falta muy grave.

b) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.

c) Realizar ventas con pérdida, con excepción de las autorizadas en esta Ley, e incumplir las normas sobre facturas que recoge en su artículo 13.

d) La apertura del establecimiento comercial en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales, de aquellos no excepcionados en el artículo 15 de esta Ley.

e) La realización de actividades comerciales en horario superior al máximo autorizado.

f) El incumplimiento de los plazos máximos de pago que contempla el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como la falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria, y la falta de entrega de un efecto endosable a la orden en los supuestos y plazos contemplados en el apartado 4 del mismo artículo 17.

g) La venta bajo el anuncio o la denominación de "ventas con obsequio", "ventas en rebaja", "ventas en liquidación", "ventas de saldos", o "ventas con descuento", así como la realización de estas actividades, con inobservancia de las características legales definidoras de las mismas.

h) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 25 de la presente Ley en cuanto a la prohibición de simultanear la venta en rebajas con otras ventas promocionales.

i) La venta de artículos defectuosos, salvo en la venta de saldos.

j) La venta en rebajas, en liquidación o con descuento de artículos adquiridos expresamente con tal finalidad.

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

l) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega y canje de los obsequios promocionales.

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

n) La oferta de operaciones comerciales en pirámide en la forma prohibida en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

ñ) Anunciar ventas como directas de fabricante o mayorista con incumplimiento de lo establecido al respecto en el apartado 5 del artículo 2 de esta Ley.

o) El incumplimiento de lo dispuesto en el apartado 4 del artículo 12 de la presente Ley, en cuanto a la venta por cooperativas.

p) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y funcionarios de la Administración comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación y el suministro de información inexacta o incompleta.

q) Acaparar o retirar injustificadamente productos destinados directa o indirectamente a la venta.

r) Incumplir las disposiciones administrativas relativas a la prohibición de comercializar o distribuir determinados productos.

s) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

t) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la presente Ley en cuanto a la recuperación del importe en la venta en máquinas automáticas.

Artículo 74. Infracciones muy graves.

Tendrán la consideración de infracciones muy graves:

a) El ejercicio de actividades comerciales en Grandes Establecimientos Comerciales individuales o colectivos, y en Establecimientos de Descuento Duro que no hayan obtenido la licencia comercial específica a que se refiere el artículo 8 de esta Ley.

b) La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o cualquier otra forma de presión.

c) Las que, habiéndose calificado de graves, hayan supuesto una facturación, afectada por la infracción, superior a un millón (1.000.000) de euros.

d) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

Artículo 75. Reincidencia.

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

2. No obstante lo señalado en el apartado anterior, para calificar una infracción como muy grave sólo se atenderá a la reincidencia en infracciones graves y la reincidencia en infracciones leves sólo determinará que una infracción de este tipo sea calificada como grave cuando se incurra en el cuarto supuesto sancionable.

Artículo 76. Prescripción de infracciones.

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

Estos plazos se contarán a partir de la realización del acto sancionable o de la terminación del período de comisión si se trata de infracciones continuadas.

CAPÍTULO II

SANCIONES

Artículo 77. Graduación.

1. Cada una de las infracciones clasificadas en leves, graves o muy graves se graduarán en mínimas, medias y máximas en función del número de trabajadores o del volumen de facturación anual de la empresa infractora, con arreglo a la siguiente escala:

a) Grado mínimo: empresas de hasta cinco trabajadores o con una facturación hasta trescientos mil (300.000) euros.

b) Grado medio: empresas de seis a cincuenta trabajadores o con una facturación desde trescientos mil euros y un céntimo (300.000,01) hasta tres millones (3.000.000) de euros.

c) Grado máximo: empresas de más de cincuenta trabajadores o con una facturación superior a tres millones (3.000.000) de euros.

Para la aplicación de la escala se tendrá en cuenta la plantilla o la facturación total de la empresa o grupo de empresas titular del establecimiento donde se haya cometido la infracción.

2. La determinación de la sanción a imponer en cada uno de los grados mínimo, medio o máximo se establecerá 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 grado de voluntariedad o intencionalidad del infractor, el plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción, la capacidad económica, el volumen de facturación a la que afecta, la reiteración y la reincidencia.

3. En todo caso, cuando la cuantía del beneficio ilícito obtenido como consecuencia de la infracción supere la de la sanción máxima aplicable, ésta podrá ser incrementada por el órgano sancionador hasta igualar el importe total de dicho beneficio.

Artículo 78. Medidas sancionadoras.

1. Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Infracciones leves:

1º. Grado mínimo: apercibimiento o multa hasta doscientos (200) euros.

2º. Grado medio: multa desde doscientos euros y un céntimo (200,01)) hasta cuatrocientos (400) euros.

3º. Grado máximo: multa desde cuatrocientos euros y un céntimo (400,01) hasta seiscientos (600) euros.

b) Infracciones graves:

1º. Grado mínimo: multa desde seiscientos euros y un céntimo (600,01) hasta mil (1.000) euros.

2º. Grado medio: multa desde mil euros y un céntimo (1.000,01) hasta tres mil (3.000) euros.

3º. Grado máximo: multa desde tres mil euros y un céntimo (3.000,01) hasta seis mil (6.000) euros.

c) Infracciones muy graves:

1º. Grado mínimo: multa desde seis mil euros y un céntimo (6.000,01) hasta quince mil (15.000) euros.

2º. Grado medio: multa desde quince mil euros y un céntimo (15.000,01) hasta sesenta mil (60.000) euros.

3º. Grado máximo: multa desde sesenta mil euros y un céntimo (60.000,01) hasta seiscientos mil (600.000) euros.

2. Las cuantías fijadas en el apartado precedente podrán ser actualizadas, en función del índice de precios al consumo, mediante Decreto del Gobierno de Cantabria, a propuesta de la Consejería competente en materia de comercio.

3. El Gobierno de Cantabria, en el supuesto de infracciones muy graves que supongan un grave perjuicio económico o generen una amplia alarma social o se trate, al menos, de la tercera reincidencia, podrá acordar el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo máximo de un año.

Artículo 79. Suspensión temporal de la actividad.

Con la finalidad de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, el Gobierno de Cantabria podrá adoptar la medida de cierre de las instalaciones o de los establecimientos que no dispongan de las autorizaciones preceptivas o de la suspensión de su funcionamiento hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos, en los supuestos de falta muy grave.

Dicha medida se adoptará mediante acuerdo motivado.

Artículo 80. Prescripción de sanciones.

Las sanciones impuestas por infracciones muy graves prescribirán a los tres años, por las graves a los dos años y por las leves a los seis meses.

El plazo de prescripción comenzará a contarse a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

Artículo 81. Órganos competentes.

Sin perjuicio de las competencias atribuidas a otras Administraciones públicas o a otros centros directivos, los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones por el incumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley, son:

a) El Director General que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, en las infracciones leves.

b) El titular de la Consejería competente en materia de comercio, en las infracciones graves.

c) El Gobierno de Cantabria, en las infracciones muy graves y para los supuestos de cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor, por un plazo máximo de un año.

Se autoriza al Gobierno de Cantabria para modificar, mediante Decreto, las competencias atribuidas en el presente artículo.

Artículo 82. Procedimiento sancionador.

La imposición de sanciones habrá de sujetarse a las normas del procedimiento administrativo sancionador establecidas en el Título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en sus normas complementarias de desarrollo.

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA. Registros.

Reglamentariamente se establecerá el contenido de los registros de asociaciones de comerciantes y de ventas especiales, así como los requisitos para la inscripción en los mismos.

DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA. Infracciones y sanciones.

Las infracciones a lo dispuesto en la presente Ley que constituyan un acto ilícito en materia de defensa del consumidor y usuario, serán sancionadas por la Consejería competente en materia de salud pública y consumo, de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Cantabria 6/1998, de 15 de mayo, por la que se aprueba el Estatuto del Consumidor y Usuario de Cantabria.

DISPOSICIÓN ADICIONAL TERCERA. Competencias de los Ayuntamientos.

Corresponderá a los Ayuntamientos la vigilancia del cumplimiento de los requisitos establecidos para la realización de las ventas especiales que precisen de su autorización, pudiendo imponer las sanciones que procedan según lo establecido en la legislación local o dar traslado de la denuncia al órgano competente en materia de comercio del Gobierno de Cantabria para su tramitación.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA. Suspensión de licencias

En el plazo establecido en la disposición transitoria octava de la Ley de Cantabria 2/2001, de 11 de junio, de Ordenación Territorial y Régimen Urbanístico del Suelo de Cantabria, el Gobierno de Cantabria presentará ante el Parlamento el proyecto de ley de estructuras comerciales, quedando en suspenso, hasta su aprobación y entrada en vigor, los expedientes de concesión de nuevas licencias comerciales específicas para la apertura de Grandes Establecimientos Comerciales y Establecimientos de Descuento Duro, los cuales deberán cumplir cuanto en aquella Ley se establezca.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA. Adaptación de ordenanzas municipales y mantenimiento de la declaración de zona de gran afluencia turística.

1. Los Ayuntamientos de Cantabria deberán adaptar las ordenanzas afectadas por la presente Ley a lo dispuesto en la misma en el período de un año desde su entrada en vigor.

2. Asimismo, aquellos Ayuntamientos que, habiendo obtenido para su territorio la declaración de zona de gran afluencia turística, deseen mantenerla, deberán comunicarlo a la Consejería competente en materia de comercio en el plazo máximo de seis meses desde la entrada en vigor de la presente Ley.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA TERCERA. Tramitación de expedientes.

Los expedientes iniciados con anterioridad a la entrada en vigor de la presente Ley continuarán su tramitación de conformidad con la normativa que les era de aplicación, salvo lo dispuesto en la disposición transitoria primera de esta Ley.

DISPOSICION DEROGATORIA ÚNICA.

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

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA. Autorización de desarrollo reglamentario.

Se autoriza al Gobierno de Cantabria y al Consejero competente en materia de comercio para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo de la presente Ley.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA. Aplicación de legislación supletoria.

En todo lo no previsto en la presente Ley será de aplicación, con carácter supletorio, la legislación estatal sobre esta materia.

DISPOSICIÓN FINAL TERCERA. Entrada en vigor.

La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Cantabria."