

ÍNDICE

Introducción	15
-------------------------------	----

PRIMERA PARTE

LA EVOLUCIÓN DE LOS FINES Y LAS TÉCNICAS DE LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN EL COMERCIO INTERIOR

I. La época de la libertad de comercio: del final del Antiguo Régimen a la Primera Guerra Mundial	23
II. La Primera Guerra Mundial y la crisis de 1929: sus repercusiones sobre la intervención administrativa en el comercio interior	35
1. LAS LEYES DE SUBSISTENCIAS DE 1915 Y 1916	35
2. LA DICTADURA DEL GENERAL PRIMO DE RIVERA Y LA AFIRMACIÓN DEL INTERVENCIÓNISMO EN EL COMERCIO INTERIOR	41
3. LA EFÍMERA LIBERALIZACIÓN TRAS EL FINAL DE LA DICTADURA.	46
4. LA CONTINUACIÓN DE LA INTERVENCIÓN EN LOS ABASTECIMIENTOS POR LA II REPÚBLICA.	49
III. La política de abastecimientos durante la Guerra civil y la posguerra . .	53
1. LA GUERRA CIVIL	53
2. LA CREACIÓN DE LA COMISARÍA GENERAL DE ABASTECIMIENTOS Y TRANSPORTES	58
3. EL ABASTECIMIENTO COMO SERVICIO PÚBLICO DE TITULARIDAD ESTATAL . . .	67
4. LA ÚLTIMA ETAPA DE LA POLÍTICA DE ABASTECIMIENTOS.	75
IV. El retorno a la libertad de comercio	85
1. LA PROGRESIVA SUPERACIÓN DE LA POLÍTICA DE ABASTECIMIENTOS EN LOS AÑOS CINCUENTA	85
2. LAS REPERCUSIONES DEL PLAN DE ESTABILIZACIÓN DE 1959 EN LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN EL COMERCIO INTERIOR	92
3. EL PROCESO LIBERALIZADOR DURANTE LOS AÑOS DEL «DESARROLLISMO». . .	102
V. Los orígenes del neointervencionismo actual	111
1. LAS PRIMERAS MANIFESTACIONES DEL NEOINTERVENCIÓNISMO	111
2. LA CONSOLIDACIÓN DE LAS NUEVAS TÉCNICAS DE INTERVENCIÓN.	122
3. EL NEOINTERVENCIÓNISMO EN EL INICIO DE LA TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA	138

SEGUNDA PARTE

EL RÉGIMEN JURÍDICO ACTUAL DE LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN EL COMERCIO INTERIOR

I. Las bases constitucionales de la intervención administrativa en el comercio interior	149
1. LA PROYECCIÓN SOBRE EL COMERCIO INTERIOR DE LOS PRINCIPIOS DE LA CONSTITUCIÓN ECONÓMICA	149
A) <i>Libertad de empresa y libertad de comercio: el artículo 38 de la Constitución</i>	149
B) <i>La regulación del comercio interior en el marco de la defensa de los consumidores y usuarios: el artículo 51 de la Constitución</i>	154
2. LA DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS EN MATERIA DE COMERCIO INTERIOR.	156
A) <i>El comercio interior como materia de competencia autonómica</i>	156
B) <i>Los límites de la competencia autonómica: el comercio interior en el marco de la Constitución territorial económica</i>	159
C) <i>Comercio interior, defensa de los consumidores y usuarios y defensa de la competencia</i>	164
D) <i>Las competencias locales</i>	175
3. EL DERECHO DE LA UNIÓN EUROPEA Y LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN EL COMERCIO INTERIOR	177
II. El régimen jurídico-administrativo del inicio de la actividad comercial	183
1. LOS REQUISITOS SUBJETIVOS PARA EL EJERCICIO DEL COMERCIO DE CARÁCTER ADMINISTRATIVO.	183
A) <i>Caracterización general</i>	183
B) <i>Las exigencias de cualificación técnica o capacitación oficial</i>	186
C) <i>La inscripción en un registro administrativo</i>	189
2. LA IMPLANTACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.	192
A) <i>El urbanismo comercial: la ordenación espacial del comercio</i>	192
B) <i>La licencia municipal de apertura</i>	203
C) <i>La licencia autonómica específica para los grandes establecimientos</i>	215
D) <i>Otros supuestos de licencia autonómica específica</i>	238
III. La intervención administrativa en los aspectos generales del desarrollo de la actividad comercial	243
1. LOS HORARIOS COMERCIALES	243
A) <i>La liberalización de horarios de 1985 y sus problemas</i>	243
B) <i>La vuelta a las restricciones de los horarios comerciales: el Real Decreto-Ley 22/1993 y la Ley orgánica 2/1996</i>	250
C) <i>La reactivación del proceso liberalizador: el Real Decreto-Ley 6/2000</i>	256
D) <i>El régimen vigente: un nuevo retroceso en el camino hacia la plena libertad de horarios</i>	258
2. LOS PRECIOS	260
A) <i>La fijación de los precios</i>	260
B) <i>La indicación de los precios a los consumidores y usuarios</i>	273
3. LA PUBLICIDAD DE LOS COMERCIANTES: RÉGIMEN GENERAL	281

IV. La intervención administrativa en las prácticas comerciales.	289
1. CARACTERIZACIÓN GENERAL.	289
2. LAS PRÁCTICAS RESTRICTIVAS DE LA LIBRE COMPETENCIA	294
A) <i>Tipología de prácticas restrictivas de la libre competencia</i>	294
B) <i>La organización administrativa en materia de defensa de la competencia</i> . .	301
a) El Servicio y el Tribunal de Defensa de la Competencia	301
b) La organización autonómica en materia de defensa de la competencia	305
C) <i>El procedimiento para la autorización de las prácticas restrictivas de la libre competencia</i>	308
3. LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS	315
A) <i>Régimen jurídico-administrativo general</i>	315
B) <i>Las ventas en rebajas</i>	328
C) <i>Las ventas de saldos</i>	335
D) <i>Las ventas en liquidación</i>	343
E) <i>Las ventas con obsequios</i>	350
F) <i>Las ofertas de venta directa</i>	357
G) <i>Las ventas en pirámide o en cadena</i>	359
H) <i>Otras actividades de promoción de ventas</i>	361
4. LAS MODALIDADES ESPECIALES DE VENTA.	364
A) <i>Régimen jurídico-administrativo general</i>	364
B) <i>Las ventas a distancia</i>	367
C) <i>Las ventas automáticas</i>	378
D) <i>La venta ambulante o no sedentaria</i>	384
a) Marco normativo y definición de la actividad	384
b) Lugares donde se puede practicar	390
c) Requisitos subjetivos para el ejercicio de la actividad.	394
d) Obligaciones de los comerciantes	399
E) <i>Las ventas en pública subasta</i>	401
F) <i>Las ventas a domicilio</i>	405
G) <i>Las ventas ocasionales</i>	409
H) <i>Las ventas de bienes muebles a plazos</i>	411
I) <i>Las ventas con aplazamiento</i>	412
5. OTRAS PRÁCTICAS COMERCIALES SOMETIDAS A INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA	413
A) <i>Caracterización general</i>	413
B) <i>Las ventas multinivel</i>	413
C) <i>La actividad comercial en régimen de franquicia</i>	415
V. Las infracciones y las sanciones administrativas en el comercio interior .	421
1. CARACTERIZACIÓN GENERAL.	421
2. EL RÉGIMEN SANCIONADOR DE LA LEGISLACIÓN DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	423
A) <i>La tipificación de las infracciones y las sanciones</i>	423
B) <i>El procedimiento sancionador</i>	426

3.	EL RÉGIMEN SANCIONADOR DE LA LEGISLACIÓN DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS	433
	A) <i>De la normativa sobre disciplina del mercado a la de defensa de los consumidores y usuarios</i>	433
	B) <i>La tipificación de las infracciones</i>	439
	a) Caracterización general	439
	b) Infracciones por alteración, adulteración o fraude en bienes y servicios susceptibles de consumo	441
	c) Infracciones en materia de transacciones comerciales, condiciones técnicas de venta y en materia de precios	442
	d) Infracciones en materia de normalización, documentación y condiciones de venta y suministro.	445
	e) Infracciones por conductas dirigidas a entorpecer el ejercicio de las funciones inspectoras y sancionadoras	447
	f) La calificación de las infracciones	449
	C) <i>El principio de responsabilidad</i>	451
	D) <i>Las medidas sancionadoras aplicables</i>	454
	E) <i>La prescripción de las infracciones y las sanciones</i>	463
	F) <i>El procedimiento sancionador</i>	465
4.	EL RÉGIMEN SANCIONADOR DE LA LEGISLACIÓN DE ORDENACIÓN DEL COMERCIO INTERIOR	475
	A) <i>La tipificación de las infracciones</i>	475
	B) <i>Las medidas sancionadoras aplicables</i>	482
	C) <i>La prescripción de las infracciones y las sanciones</i>	485
	D) <i>El procedimiento sancionador</i>	486
5.	LA CONCURRENCIA DE RÉGIMENES SANCIONADORES	490
VI.	La actividad administrativa de servicio público y de fomento en el comercio interior	497
	1. LOS MERCADOS MAYORISTAS Y MINORISTAS	497
	2. LAS FERIAS DE MUESTRAS Y LAS EXPOSICIONES COMERCIALES	505
	3. LA REFORMA Y MODERNIZACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES Y OTROS OBJETIVOS DE LA ACTIVIDAD DE FOMENTO EN EL COMERCIO INTERIOR	523
	Bibliografía	533