

Definición	Designación
9. Las plantas aromáticas o sus partes que no excedan del 2 por 100 en masa del producto alimenticio.	«Plantas aromáticas».
10. Las preparaciones de gomas utilizadas en la fabricación de goma base para los chicles.	«Goma base».
11. Pan rallado de cualquier origen.	«Pan rallado».
12. Mezcla de varios azúcares de los incluidos en la sección 1. ^a , «Azúcares y derivados del azúcar», del capítulo 23 del Código Alimentario Español.	«Azúcar».
13. Dextrosa anhidra o monohidratada.	«Dextrosa».
14. Cualquier caseinato.	«Caseinato».
15. La manteca de cacao obtenida por presión, o por el procedimiento llamado «Expeller» o refinado.	«Manteca de cacao».
16. Las frutas confitadas que no excedan del 10 por 100 en la masa del producto alimenticio.	«Frutas confitadas».
17. Las mezclas de almendras, avellanas, nueces y piñones cuando constituyan un ingrediente de un producto alimenticio en el que no se haga mención en su denominación o presentación de alguno específicamente.	«Frutos secos», seguida de un paréntesis con los nombres de cada uno de ellos colocados por orden decreciente de su peso.
18. Las hortalizas y verduras mezcladas entre sí que constituyen un ingrediente de un producto alimenticio y en el que no se haga mención en su denominación o presentación de alguno específicamente.	«Hortalizas y/o verduras», según corresponda, seguida de un paréntesis con los nombres de cada una de ellas colocadas por orden decreciente de sus masas.
19. Pastas alimenticias, solas o mezcladas entre sí.	«Pastas alimenticias».

ANEJO II

Colorantes.	Correctores de la acidez.
Conservadores.	Antiaglomerantes.
Antioxidantes.	Almidones modificados (1).
Emulgentes.	Edulcorantes artificiales.
Espesantes.	Gasificantes.
Gelificantes.	Antiespumantes.
Estabilizantes.	Agentes de recubrimiento.
Potenciadores del sabor.	Sales fundentes (2).
Acidulantes.	Agentes de tratamiento de la harina.

(1) No se requiere la indicación del nombre específico o del número asignado por el Ministerio de Sanidad y Consumo.

(2) Únicamente en el caso de los quesos fundidos y de los productos a base de queso fundido.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE GALICIA

22916 LEY 10/1988, de 20 de julio, de Ordenación del Comercio Interior de Galicia.

De acuerdo con el Estatuto de Autonomía de Galicia, en su artículo 30.1.4, corresponde a la Comunidad Autónoma Gallega la competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios y legislación sobre la defensa de la competencia en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1, 11 y 13 de la Constitución.

En el citado marco estatutario, la presente Ley es el cauce normativo adecuado para posibilitar una ordenación del comercio interior de Galicia, acomodada a las características peculiares de la estructura económica y comercial de nuestra Comunidad Autónoma. Todo ello

enmarcado dentro del principio de libertad que ha de regir, dentro de las limitaciones impuestas por la defensa de la libre y leal competencia, la circulación de bienes y la defensa y garantía de los intereses de los consumidores.

En los últimos años se está produciendo una modificación sustancial en nuestra tradicional estructura comercial, además de la introducción y extensión de nuevos sistemas de venta con un progresivo mayor peso específico. Teniendo en cuenta la importancia que las pequeñas y medianas Empresas tienen en nuestra Comunidad Autónoma, se hace necesaria la regulación de esta materia por la Junta de Galicia, a fin de que las condiciones de competitividad e igualdad entre los distintos agentes que integran este tipo de actividad sean reales y efectivas. Por otra parte, se trata de que la introducción de nuevas formas, técnicas y prácticas comerciales y de las grandes empresas se realice de forma equilibrada y ordenada, limitando, en lo posible, las tensiones que se derivan de los cambios de la estructura, sin que ello suponga una rémora para la necesaria modernización y adecuación del equipamiento comercial.

Por todo lo expuesto, el Parlamento de Galicia aprobó y yo, de conformidad con el artículo 13.2 del Estatuto de Galicia, y con el artículo 24 de la Ley 1/1983, de 22 de febrero, reguladora de la Junta y de su Presidente, promulgo, en nombre del Rey, la Ley de Ordenación del Comercio Interior de Galicia.

TITULO PRIMERO Objeto y ámbito de la Ley

Artículo 1.º 1. La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial desarrollada en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Galicia y la ordenación y mejora de sus estructuras comerciales.

2. Quedan excluidas del ámbito de la presente Ley aquellas actividades comerciales que, en razón de su naturaleza, se encuentran reguladas por una legislación especial o normativa específica, entre otras:

- Los servicios de transporte, bancarios y seguros.
- El ejercicio de profesiones liberales.
- Los servicios de hostelería, cafeterías, bares y restaurantes.
- Los servicios de reparación, mantenimiento y asistencia técnica.

Art. 2.º 1. A efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la realizada por personas físicas o jurídicas, consistente en colocar u ofrecer en el mercado productos naturales u elaborados por cuenta propia o ajena, así como aquellos servicios que de ella se deriven.

2. Será actividad comercial de carácter mayorista el ejercicio habitual de adquisición de productos en nombre y por cuenta propios y su reventa a otros comerciantes mayoristas, minoristas o empresarios industriales o artesanos para su transformación, hasta el término del proceso de producción.

3. Será actividad comercial de carácter minorista el ejercicio profesional de adquisición de productos, en nombre y por cuenta propios, para su reventa al consumidor final. Igualmente tendrá este mismo carácter la venta realizada por los artesanos de sus productos en su propio taller.

4. No se modificarán las anteriores calificaciones de actividad comercial de carácter mayorista o minorista por el eventual sometimiento de la mercancía a procesos de transformación, tratamiento o acondicionamiento que sean usuales en el comercio.

5. Queda también sometida a esta Ley la actividad que realicen los empresarios o los profesionales que concluyan operaciones comerciales por cuenta de otra persona, en nombre de ésta o en el propio, o que de forma permanente promuevan, preparen o cooperen a la conclusión de operaciones comerciales.

TITULO II De la actividad comercial CAPITULO PRIMERO

De las formas y condiciones del ejercicio de la actividad comercial

Art. 3.º 1. La actividad comercial se ejercerá conforme al principio de libertad de Empresa en el marco de la economía de mercado.

2. Podrán realizar actividades comerciales quienes ostenten la capacidad jurídica necesaria para ser comerciantes con arreglo a la legislación mercantil y de conformidad con lo establecido en esta Ley.

Art. 4.º Sin perjuicio de la libertad de Empresa, la Junta de Galicia, dentro del marco de sus competencias, establecerá las condiciones para realizar actividades comerciales sujetas a una especial concesión o autorización administrativa, así como para las que requieran un tratamiento singular por razón de la naturaleza del producto, del servicio prestado o por consideraciones de servicio público.

Art. 5.º 1. La actividad comercial definida en el artículo 2 habrá de ejercerse en establecimiento comercial, salvo las excepciones previstas en esta Ley.

2. A tales efectos se consideran establecimientos comerciales los locales edificados y las construcciones e instalaciones fijas y permanentes, cubiertas o sin cubrir, exteriores o interiores a una edificación con o sin aparatos, en que se realice profesionalmente la actividad comercial.

CAPITULO II

De la apertura de establecimientos comerciales y requisitos para el ejercicio de la actividad comercial

Art. 6.º 1. Las licencias de apertura de los establecimientos comerciales serán concedidas por los Ayuntamientos con arreglo a la normativa vigente y a lo establecido en esta Ley y en sus normas de desarrollo.

2. La Junta de Galicia, con carácter general, establecerá las normas a las que habrán de ajustarse las ordenanzas municipales y los planes de urbanismo en materia de implantación de establecimientos comerciales.

Art. 7.º 1. Para la apertura o ampliación de establecimientos comerciales, con superficie de venta minorista de productos diversos superior a 2.000 metros cuadrados en caso de municipios con población superior a 50.000 habitantes, o 1.000 metros cuadrados en caso de municipios con población comprendida entre 9.000 y 50.000 habitantes, o 500 metros cuadrados en caso de municipios con población inferior a 9.000 habitantes, se requerirá la autorización de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo, previo informe de la Comisión Consultiva de Distribución y Ordenación Comercial.

2. La Consejería de Industria, Comercio y Turismo deberá resolver la petición de autorización en el plazo máximo de tres meses, a partir de la correspondiente solicitud de apertura o ampliación, teniendo en cuenta las disposiciones legales y reglamentarias aplicables en cada caso.

CAPITULO III

De la Comisión Consultiva de Distribución y Ordenación Comercial

Art. 8.º Se crea la Comisión Consultiva de Distribución y Ordenación Comercial como órgano consultivo de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo con las siguientes funciones:

a) Emitir los informes previstos en los artículos 7.º y 24 de esta Ley.
b) Informar aquellas materias que reglamentariamente se le otorguen.

Art. 9.º La Comisión Consultiva de Distribución y Ordenación Comercial tendrá la siguiente composición:

- El Consejero de Industria, Comercio y Turismo, que la presidirá.
- El Director general de Comercio, que será el Vicepresidente.
- Un representante por cada una de las Consejerías de Ordenación del Territorio y Obras Públicas, de Agricultura, de Pesca y de Sanidad.
- Dos representantes de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.
- Cuatro representantes del Consejo Consultivo de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación.
- Cuatro representantes de las organizaciones empresariales y cuatro representantes de la Federación Gallega de Comercio.
- Seis representantes de las organizaciones sindicales más representativas de la Comunidad Autónoma.
- Cuatro representantes de las organizaciones de Consumidores y dos de las asociaciones de Amas de Casa.
- Dos representantes por los municipios de más de 50.000 habitantes.
- Dos representantes por los municipios de más de 9.000 y menos de 50.000 habitantes.
- Dos representantes por los municipios de menos de 9.000 habitantes.
- Cuatro representantes de la Federación de la Pequeña y Mediana Empresa y dos de los Vendedores Ambulantes.

Cuando se trate de emitir el informe del artículo 7.º de esta Ley asistirá, además, un representante del Ayuntamiento correspondiente.

La elección de los representantes incluidos en los apartados e), f), g), h), i), l), ll) y m), de este artículo, será establecida reglamentariamente. Los miembros de la Comisión Consultiva de Distribución y Ordenación Comercial serán nombrados por el Consejero de Industria, Comercio y Turismo.

CAPITULO IV

Requisitos generales para el ejercicio de la actividad comercial

Art. 10. Son requisitos generales para el ejercicio de la actividad comercial:

a) Poseer la condición de Comerciante, según la legislación mercantil.

b) Tener licencia fiscal.

c) Acreditar, en su caso, la titulación y colegiación oficial, así como la prestación de las fianzas y de aquellas garantías que sean exigidas por la legislación vigente para la venta de determinados productos o prestación de determinados servicios.

d) Tener cumplidas sus obligaciones, en su caso, en materia de Seguridad Social para el inicio de la actividad y estar en posesión de los correspondientes permisos y licencias municipales expedidos por los Ayuntamientos.

e) En caso de extranjeros, acreditar el cumplimiento de la normativa específica vigente.

La Junta de Galicia procederá a la creación de un Registro de Comerciantes y Comercios, y una vez creado se exigirá la inscripción de los comerciantes y de sus establecimientos para poder ejercer las actividades en la forma que se determine reglamentariamente.

CAPITULO V

Horarios comerciales

Art. 11. 1. El ejercicio de la actividad comercial, dentro del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Galicia, se desarrollará entre las ocho y las veintidós horas, con un máximo semanal de sesenta horas, sin que ello pueda perjudicar los derechos reconocidos al trabajador por la legislación laboral vigente.

2. No se aplicará lo dispuesto en el apartado anterior en lo referente al horario de apertura y número de horas semanales a los establecimientos de venta de prensa, carburantes y confiterías, ni tampoco a los instalados en las estaciones marítimas, de ferrocarril, de autobuses o aeropuertos. Tampoco se aplicará a las farmacias ni a otros establecimientos en los que el régimen de apertura provenga de obligación legal o reglamentaria específica. En ningún caso se podrán expender, fuera del horario general, otros artículos que aquellos que justifiquen la excepcionalidad.

3. Reglamentariamente se fijará un horario mínimo de coincidencia de mañana y tarde.

Art. 12. 1. Los domingos y festivos se consideran inhábiles. No obstante, la Junta de Galicia podrá autorizar anualmente la apertura de hasta un total de tres días, domingos o festivos, previa solicitud de las asociaciones de comerciantes, en la forma que reglamentariamente se determine.

2. Los establecimientos ubicados en localidades en que se celebren tradicionalmente ferias y mercados de marcado carácter agropecuario podrán abrir aquellos domingos y festivos que coincidan con tales celebraciones.

Asimismo, con excepción, podrán abrir los establecimientos minoristas del sector de la alimentación durante la mañana del primer día festivo cuando coincidan dos o más festivos consecutivos.

3. La Consejería de Industria, Comercio y Turismo, excepcionalmente, podrá autorizar la ampliación del horario fijado en el artículo anterior, en determinadas localidades o comarcas, o en todo el ámbito de la Comunidad Autónoma.

Reglamentariamente se establecerá el procedimiento, plazos y demás requisitos que se habrán de tener en cuenta para estas solicitudes.

4. No se aplicará lo dispuesto en el punto primero a los establecimientos de venta de prensa, carburantes y confiterías, ni tampoco a los instalados en las estaciones marítimas, de ferrocarril, de autobuses, aeropuertos o en las localidades con pases fronterizos. Tampoco se aplicará a las farmacias u otros establecimientos en los que el régimen de apertura provenga de obligación legal o reglamentaria específica. En ningún caso se podrán expender, fuera del horario general, otros artículos que aquellos que justifiquen la excepcionalidad.

Art. 13. Los establecimientos comerciales tendrán que exponer en lugar visible los días y las horas de apertura para la adecuada información al público, visada por la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.

TITULO III

Modalidades especiales de venta

CAPITULO PRIMERO

Definición

Art. 14. Se entenderán por ventas especiales, a efectos de esta Ley, aquellas que presentan características diferentes de la venta ordinaria: Rebajas, saldos, liquidación, promoción, venta ambulante, ventas a domicilio, ventas a pérdida, ventas a distancia.

Los términos «rebajas», «saldos», «liquidación» y «promoción» únicamente podrán emplearse para anunciar ventas definidas como tales, conforme a la presente Ley. Toda venta especial que, aun anunciándose con distinta denominación, reúna las características de cualquiera de aquellas formas de venta se entenderá asimilada a la misma y quedará sujeta a su reglamentación específica.

CAPITULO II**Venta en rebajas**

Art. 15. 1. Se entenderá por ventas en rebajas aquellas realizadas por los comerciantes a precios inferiores a los habituales, acompañadas de publicidad, en la que se tendrá que expresar claramente el período de vigencia de las mismas.

2. Los letreros y etiquetas deben exhibir de forma bien visible el precio anterior y el nuevo precio o, en sustitución de este último, el porcentaje de reducción.

3. Queda prohibida la venta en rebajas de aquellos productos deteriorados o adquiridos expresamente a tal fin. No podrán ser objeto de rebajas aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad.

4. Entre la finalización de un período de rebajas y el comienzo de otro nuevo deben transcurrir por lo menos ciento treinta y cinco días naturales.

CAPITULO III**Ventas de saldos**

Art. 16. 1. Se entiende por venta de saldo aquella que tiene por objeto la venta de productos con un valor de mercado manifiestamente disminuido como consecuencia del deterioro, desperfecto o desuso, acompañada de publicidad en la que se tendrán que expresar claramente las causas que motivan dicha venta y el período de vigencia de la misma.

2. Los letreros, que deben acompañar a los productos en saldo, han de indicar en términos claros el precio de cada artículo o precio único para un conjunto de artículos perfectamente identificados.

3. No se podrán saldar aquellos productos adquiridos a tal fin. No podrán ser objeto de saldo aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y que no hayan estado en poder del comerciante por lo menos con seis meses de antelación al inicio del mismo.

El comerciante quedará obligado a advertir al comprador las circunstancias concretas que concurren en el producto que es objeto de la venta de saldos.

4. Entre la finalización de un período de saldos y el comienzo de otro nuevo deben transcurrir al menos seis meses.

Art. 17. Para la venta de saldos con carácter habitual y permanente será preciso que el establecimiento comercial esté dedicado exclusivamente a esta clase de ventas. En el rótulo del establecimiento tendrá que recogerse claramente esta circunstancia.

Estos establecimientos quedan exceptuados del requisito establecido en el punto 3 del artículo anterior.

Art. 18. En un mismo establecimiento comercial no podrán realizarse al mismo tiempo ventas de saldos y ventas de rebajas.

CAPITULO IV**Venta en liquidación**

Art. 19. 1. Se entiende por venta en liquidación aquella de carácter excepcional en la que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

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

b) El cambio de actividad.

c) El cierre del local.

d) Fuerza mayor o siniestro que impida el ejercicio de la actividad comercial.

e) La ejecución de resolución judicial, arbitral o administrativa.

2. La venta en liquidación se limitará a los productos o artículos que formen parte de las existencias del establecimiento.

3. En toda publicidad de una venta en liquidación tendrán que indicarse las causas que la motivan, así como la fecha de comienzo y duración de la misma.

4. La venta en liquidación habrá de ser comunicada previamente a la Delegación Provincial de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo, indicándose la causa, la fecha de comienzo y la duración de la misma, que en caso alguno podrá ser superior a seis meses.

Deberá exhibirse en lugar visible del establecimiento comercial una copia de la comunicación efectuada a la Delegación Provincial de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.

Art. 20. Las ventas en liquidación habrán de efectuarse en el mismo local en el que los productos han sido habitualmente objeto de venta, salvo en los casos c) y d) del artículo anterior.

CAPITULO V**Ventas de promoción**

Art. 21. 1. A efectos de esta Ley se entiende por venta de promoción aquella que tiene por finalidad dar a conocer un nuevo

producto o artículo, o conseguir el aumento de la venta de los existentes entre los consumidores.

La venta de promoción habrá de ofrecer a los compradores condiciones más ventajosas que las ya existentes o que las que se pretenda ofrecer en el futuro, mediante descuentos, regalos, premios o cualquier otro incentivo.

2. La venta de promoción tendrá que ir precedida o acompañada de anuncio, en el que deberá figurar con claridad:

a) El producto o productos objeto de promoción.

b) Las condiciones de la venta.

c) El período de vigencia de la promoción, que no podrá ser inferior a dos días consecutivos ni superior a treinta días.

3. Los productos objeto de venta promocional no podrán estar afectados por ninguna causa que reduzca su valor.

CAPITULO VI**Venta ambulante**

Art. 22. 1. Son ventas ambulantes, a efectos de la presente Ley, aquellas ventas realizadas en forma habitual, periódica u ocasional fuera de un establecimiento comercial y en la vía pública o en solares, o en espacios libres, en puestos o instalaciones desmontables o en vehículos.

2. Las ventas hechas dentro de los locales o de los recintos ocupados por un certamen ferial no tendrán la consideración de ambulante.

Art. 23. La venta ambulante únicamente podrá llevarse a cabo en mercados periódicos u ocasionales, anexas a mercados fijos o en puestos instalados en la vía pública que sean desmontables o en vehículos.

A tales efectos se entiende por:

a) Venta ambulante en mercados periódicos: Aquella autorizada en los mercados situados en poblaciones, en lugares y espacios determinados, con una periodicidad habitual establecida. Dentro de este apartado, están encuadradas, entre otras, las realizadas en ferias, mercadillos y chiringuitos.

b) Venta ambulante en mercados fijos: Aquella autorizada en lugares anexas a los mercados municipales o de abastos, con instalaciones permanentes en las poblaciones.

c) Venta ambulante en puestos instalados en la vía pública: Aquella autorizada para un número de puestos, situaciones y períodos determinados.

d) Venta ambulante en mercados ocasionales: Aquella autorizada en mercados esporádicos, que tengan lugar con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.

e) Venta ambulante mediante camiones o vehículos-tienda: Aquella realizada en los citados medios y autorizada en zonas o lugares determinados.

Art. 24. Corresponde a los Ayuntamientos con sujeción a lo dispuesto en esta Ley y de acuerdo con su normativa específica, la determinación de los lugares y dimensiones, así como los días, horario y frecuencia de la venta ambulante. Para su determinación tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

a) Nivel de equipamiento comercial de la zona.

b) Densidad de tráfico y circulación.

c) Acceso a locales comerciales o industriales, a sus escaparates o exposiciones.

d) Acceso a lo edificios de uso público.

e) Condiciones para garantizar la debida sanidad e higiene.

f) Interés de los consumidores.

g) Tradición y raigambre en el municipio de este modo de venta.

Art. 25. Los Ayuntamientos determinarán, dentro de los lugares señalados, los productos objeto de comercialización. Habrán de ejercer el debido control higiénico y sanitario, en especial de los productos perecederos y de alimentación, de acuerdo con la legislación y con las ordenanzas vigentes.

Art. 26. Para el ejercicio de la actividad de venta ambulante se exigirá, además de los requisitos señalados con carácter general en el artículo 10 de esta Ley, disponer de la correspondiente autorización municipal para el ejercicio de la venta ambulante en el respectivo municipio y satisfacer los tributos municipales aplicables para este tipo de venta.

Art. 27. Corresponde a los Ayuntamientos la inspección y sanción en materia de venta ambulante, sin perjuicio de las competencias atribuidas a otras Administraciones.

CAPITULO VII**Ventas a domicilio**

Art. 28. 1. Se consideran ventas a domicilio aquellas formas de distribución comercial minorista en las que la transacción o los contratos son propuestos o concluidos directamente por el comerciante.

o a través de empleados o representantes, en el domicilio del consumidor, con presencia física de ambas partes.

2. Tendrán la misma consideración aquellas que se realicen, de la forma anteriormente descrita, en el lugar de trabajo, reunión o estancia ocasional del consumidor, así como la denominada «venta en reunión», donde la oferta se efectúa mediante demostración practicada ante un grupo de personas en reunión especialmente organizada, a petición del vendedor, en el domicilio de uno de ellos o en local que no sea destinado a establecimiento comercial.

Art. 29. Los comerciantes que ejerzan este tipo de ventas habrán de cumplir, además de los requisitos de carácter general señalados en el artículo 10 de esta Ley, todos aquellos establecidos en las reglamentaciones específicas aplicables a los productos objeto de venta.

Art. 30. Los vendedores domiciliarios deberán exhibirle al comprador la documentación que acredite su condición y que identifique la empresa que representan y los productos que están autorizados a ofrecer. Las empresas que ejerzan la venta domiciliaria estarán obligadas a llevar y a tener a disposición de las autoridades competentes una relación actualizada de las personas que, en su nombre, se encarguen de la presentación de las ofertas, de la preparación o de la conclusión de los contratos.

CAPITULO VIII

Ventas a pérdida

Art. 31. 1. A efectos de esta Ley, se consideran ventas a pérdida las ventas que hace un comerciante a precio inferior al de compra o de reposición, si el nuevo aprovisionamiento se hizo o se puede hacer a la baja.

2. Se entiende por precio de compra para el comerciante, en las mercancías o artículos vendidos a pérdida, el que resulta de deducir del precio unitario que figura en las facturas las bonificaciones de cualquier tipo y de incorporar al mismo los gravámenes que sean componentes del coste del artículo, así como los correspondientes portes desde el almacén del suministrador hasta el almacén del comprador.

3. No podrán deducirse las retribuciones y bonificaciones que signifiquen compensación por servicios prestados.

4. A efectos de la determinación del precio de compra se considerarán las facturas de las mercancías o del artículo objeto de la venta a pérdida.

CAPITULO IX

Venta a distancia

Art. 32. Se considerarán ventas a distancia aquellas formas de distribución comercial minorista en las que los comerciantes ofrecen a los consumidores la posibilidad de formular pedido a través de correo, teléfono u otros medios de comunicación gráfica o audiovisual de las mercancías ofrecidas mediante catálogos, revistas, periódicos, impresos u otros medios de comunicación.

Art. 33. Para la práctica de este sistema de distribución comercial los comerciantes tendrán que cumplir, además de los requisitos señalados con carácter general en el artículo 10 de esta Ley todos los establecidos en las reglamentaciones específicas aplicables a los productos objeto de su comercio.

Estarán obligados a llevar y a tener, a disposición de las autoridades competentes, relación actualizada de los productos que comercializan, de sus ofertas, de los establecimientos destinados a almacén y distribución, y de los centros y domicilios destinados para recibir los pedidos o solicitar información.

Las ofertas deberán ser claras y completas, haciendo constar los datos de identificación de la empresa ofertante, la descripción veraz y comprensible del producto ofrecido, el precio, las condiciones de pago, los gastos a cargo del comprador y el plazo de envío.

TITULO IV

De los certámenes feriales

Art. 34. Se considerarán certámenes feriales o ferias comerciales aquellas manifestaciones de carácter comercial que se realicen en Galicia, de forma periódica, cuyo objeto sea la exposición de bienes y servicios por parte de productores, comerciantes o artesanos, y en las cuales no se realicen ventas directas con retirada de mercancía del recinto ferial. En casos especiales y en virtud de la característica de la oferta exhibida, se podrá practicar la venta directa con retirada de mercancía, previa autorización de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.

TITULO V

Procción de los derechos del consumidor: Precios, publicidad y competencia desleal

CAPITULO PRIMERO

Principios generales

Art. 35. La Junta de Galicia, de acuerdo con la normativa vigente en cada momento, adoptará las acciones pertinentes a fin de que los derechos de los consumidores y usuarios queden garantizados en el ejercicio de las actividades reguladas por la presente Ley.

CAPITULO II

Precios

Art. 36. 1. Los precios de los productos y servicios podrán ser fijados libremente por los comerciantes, sin más limitaciones que las impuestas por la legislación vigente en materia de precios, márgenes comerciales y defensa de la competencia.

2. En un mismo establecimiento comercial no se le podrán aplicar precios de venta diferentes a un mismo producto. Si en un producto figuran dos o más precios diferentes, el comerciante estará obligado a venderlo al precio más barato de los exhibidos.

Art. 37. 1. El precio en pesetas de todo producto destinado a la venta o servicio ofertado deberá ser expuesto o exhibido al público de forma explícita e inequívoca, por unidad de las usualmente aceptadas en el mercado. En caso de ventas con pagos aplazados deberá exhibirse al menos el importe de cada plazo, el número total de ellos y la periodicidad de los mismos, y el precio total resultante.

2. No obstante, la Junta de Galicia, a través de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo, podrá contemplar supuestos excepcionales en los que, fundamentalmente por razones de seguridad sean relevados de esta obligación, sin que ello vaya en detrimento de la debida información al consumidor.

CAPITULO III

Publicidad comercial

Art. 38. 1. A efectos de esta Ley, se entiende por publicidad comercial toda información difundida por cualquier medio, a fin de promover la venta de un producto o prestación de un servicio, o de atraer la atención del consumidor cara a un establecimiento o marca comercial.

2. La publicidad comercial como instrumento encaminado a orientar la libertad de elección, informar al consumidor y favorecer la lícita concurrencia en el mercado será cierta y veraz.

Art. 39. No podrá realizarse la publicidad comercial que, bajo cualquier forma:

a) Contenga indicaciones falsas o induzca a error o provoque confusión respecto a la identidad, naturaleza, composición, origen, cantidad, cualidades sustanciales o propiedades de los productos o prestación de servicios, así como al alcance de los compromisos adquiridos por el anunciador.

b) Implique informaciones equívocas, denigrantes o produzca el descrédito de los competidores o de sus productos o servicios.

c) Provoque confusión respecto de productos, servicios, establecimientos, marcas o actividades de otro comerciante o competidor.

Art. 40. 1. Corresponde a la Junta de Galicia, a través de los órganos competentes, la ordenación e inspección de la actividad publicitaria comercial, así como la reglamentación de las condiciones necesarias para su ejercicio.

2. La Junta de Galicia, a través de los órganos competentes, podrá exigir, en todo momento, al comerciante o al denunciante la puesta a disposición de todos los elementos que justifiquen las informaciones, indicaciones, prestaciones y características sustanciales de los productos o servicios objeto de publicidad, a fin de comprobar su veracidad.

CAPITULO IV

Competencia desleal

Art. 41. En el ejercicio de sus competencias la Junta de Galicia velará por el cumplimiento de la legislación en materia de competencia.

TITULO VI

De la acción administrativa sobre la actividad comercial

CAPITULO PRIMERO

De la acción general

Art. 42. La acción administrativa se desarrollará respetando el principio de libertad del ejercicio de la actividad comercial, la libre y leal competencia con arreglo a la legislación vigente, la libre circulación de bienes y la defensa y garantía de los legítimos intereses de los consumidores y usuarios.

Art. 43. 1. La acción administrativa sobre la estructura comercial se orientará principalmente a conseguir su modernización mediante la mejora del enseres, procurar la racionalización de los procesos de distribución y de gestión, realizar apoyo técnico y financiero a la pequeña y mediana empresa comercial, alcanzar servicios comerciales suficientes para los consumidores y, en colaboración con instituciones, organizaciones y empresas, facilitar la promoción económica y social de cuantos tomen parte de la actividad comercial.

2. Con tal fin la Junta de Galicia, en el marco de sus competencias, y según los criterios enunciados, dirigirá su actuación especialmente a:

- Facilitar la reforma y modernización de los establecimientos de la pequeña y mediana Empresa comercial.
- Promover el conocimiento y la difusión de nuevas técnicas y formas de comercialización que contribuyan a la mejora de la productividad en el sector y facilitar la implantación o adopción de estas fórmulas.
- Fomentar el perfeccionamiento de la formación profesional de los comerciantes y empleados del sector, con la colaboración, en su caso, de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación y de las organizaciones empresariales o sindicales.
- Realizar estudios e investigaciones que permitan un mejor conocimiento de las estructuras y del proceso de comercialización.
- Potenciar los movimientos asociativos de los comerciantes.
- Impulsar y proteger la comercialización de la artesanía.

CAPITULO II

Régimen de infracciones y sanciones

Art. 44. Las infracciones a lo establecido en la presente Ley y en sus normas de desarrollo serán objeto de sanción administrativa, previa instrucción del correspondiente expediente sancionador, que se podrá iniciar de oficio o por denuncia, y en particular:

1. El incumplimiento de los requisitos establecidos en los artículos 3.º y 10 de esta Ley.
2. El ejercicio de la actividad de venta fuera de un establecimiento comercial con incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5.º
3. El incumplimiento de las normas relativas a horarios comerciales previstos en los artículos 11 y 12.
4. La información y publicidad que induzcan a engaño o confusión, enmascaran la verdadera naturaleza del producto o servicio, o produzcan el descrédito entre los demás competidores.
5. La apertura o ampliación de establecimientos comerciales o de servicios sin la autorización preceptiva establecida en el artículo 7.º
6. En cuanto a la venta en rebajas:
 - 6.1 La venta que no implique auténticas rebajas de acuerdo con la presente Ley.
 - 6.2 La venta de artículos en rebaja que no hayan sido puestos a la venta a su precio habitual antes del inicio de las rebajas.
7. En cuanto a la venta de saldos:
 - 7.1 La venta de artículos o productos bajo la denominación de saldos cuando aquellos no se ajusten a lo establecido en el artículo 16 de esta Ley y cuando los artículos en saldo no se encontrasen debidamente separados del resto de los productos no saldados.
8. En cuanto a la venta en liquidación:
 - 8.1 La venta bajo el anuncio de venta en liquidación o liquidación que no responda a lo establecido en el artículo 19 de esta Ley.
 - 8.2 La venta efectuada sin previa comunicación o sin exhibir la misma en lugar visible del establecimiento.
9. En cuanto a la venta de promoción:
 - 9.1 El incumplimiento de cualquiera de los requisitos establecidos en el artículo 21 de la presente Ley.
10. La venta practicada por cualquier persona no autorizada o por comerciantes que incumplan los requisitos administrativos que exige esta Ley.

11. La venta de artículos no autorizados.
12. La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades competentes o por sus agentes para el cumplimiento de las funciones de información, vigilancia, investigación, inspección, tramitación y ejecución en las materias a que se refiere la presente Ley, así como el suministro de información inexacta o documentación falsa.

Art. 45. Las infracciones a lo establecido en esta Ley se calificarán como leves, graves o muy graves.

Uno.-Serán consideradas infracciones leves:

- a) Las simples inobservancias de las disposiciones contenidas en esta Ley, sin trascendencia económica ni perjuicio para el consumidor.
- b) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 13 de la presente Ley.

Dos.-Serán consideradas infracciones graves:

- a) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.
- b) Las infracciones previstas en el artículo 44, apartados 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9 y 10.

Tres.-Serán consideradas infracciones muy graves:

- a) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.
- b) Las infracciones previstas en el artículo 44, apartados 5, 11 y 12.

Cuatro.-Hay reincidencia cuando se comete una infracción análoga a la que motiva la sanción anterior en el plazo del año siguiente a la notificación de esta. En tal supuesto se requerirá que la primera resolución sancionadora hubiese adquirido firmeza en vía administrativa.

Art. 46. 1. Las infracciones leves serán sancionadas con multas de hasta 250.000 pesetas. El órgano competente para imponerlas será el Delegado provincial correspondiente de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.

2. Las infracciones graves serán sancionadas con multas desde 250.001 a 1.500.000 pesetas. El órgano competente para imponerlas será el Director general de Comercio.

3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa desde 1.500.001 hasta 50.000.000 de pesetas. Los órganos competentes para imponerlas serán el Consejero de Industria, Comercio y Turismo desde 1.500.001 pesetas hasta 10.000.000 de pesetas y el Consejo de la Junta de Galicia desde 10.000.001 pesetas a 50.000.000 de pesetas.

4. El Consejo de la Junta de Galicia podrá acordar, en casos especialmente graves, el cierre del establecimiento donde se ha producido la infracción. En tal caso será de aplicación lo previsto en el artículo 57.4 del Estatuto del Trabajador.

5. No tendrán carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos que no cuenten con las autorizaciones preceptivas, o la suspensión de su funcionamiento hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos.

6. La autoridad que ordene la incoación del expediente podrá decidir, como medida precautoria, la intervención cautelar de las mercancías cuando de las diligencias practicadas se presume el incumplimiento de los requisitos mínimos exigidos para su comercialización.

7. En todo caso, para la graduación de las infracciones y sanciones aplicables se tendrá en cuenta la trascendencia social de la infracción, el comportamiento especulativo del autor, la cuantía global de la operación objeto de infracción, la cuantía del beneficio obtenido con ella, la naturaleza de los productos vendidos, la zona afectada, la categoría, clase y solvencia económica del establecimiento.

Art. 47. En cuanto al procedimiento para la imposición de las sanciones por las infracciones previstas en esta Ley y a los recursos que contra las resoluciones pueden interponerse, regirán las normas establecidas en la Ley de Procedimiento Administrativo.

Art. 48. Las infracciones previstas en este título prescribirán si son leves a los dos meses, si son graves al año y las muy graves a los dos años.

El plazo de la prescripción comenzará a correr desde el día en que se cometió la infracción.

Esta prescripción se interrumpirá desde que el procedimiento se dirija contra el infractor, volviendo a correr de nuevo, el tiempo de la prescripción desde que aquel termine sin ser sancionado o se paralice el procedimiento por causa no imputable al infractor.

DISPOSICION ADICIONAL

Las ferias y mercados tradicionales se regirán por sus normas específicas, salvo en aquello en lo que sea de aplicación la presente Ley.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.—Hasta que se dicten las correspondientes normas de desarrollo de la presente Ley serán de aplicación las disposiciones reglamentarias estatales o autonómicas sobre las materias reglamentadas en la misma, actualmente vigentes.

Segunda.—Los Ayuntamientos que tengan en vigor Ordenanzas que reglamenten la venta ambulante deberán adaptarlas a lo dispuesto en la presente Ley en el término de seis meses, contados desde el día de su entrada en vigor.

En el plazo de seis meses, los Ayuntamientos donde exista venta ambulante y no cuenten con la correspondiente Ordenanza procederán

a dictar las normas correspondientes, con sujeción a lo dispuesto en esta Ley.

DISPOSICION FINAL

Se autoriza a la Junta de Galicia para dictar las disposiciones que sean necesarias para el desarrollo de la presente Ley.

Santiago de Compostela, 20 de julio de 1988.

FERNANDO IGNACIO GONZALEZ LAXE,
Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de Galicia» número 164, de 26 de agosto de 1988)