



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Ley 13/2010, de 17 de diciembre, del comercio interior de Galicia.

Comunidad Autónoma de Galicia
«DOG» núm. 249, de 29 de diciembre de 2010
«BOE» núm. 25, de 29 de enero de 2011
Referencia: BOE-A-2011-1649

ÍNDICE

<i>Preámbulo</i>	7
TÍTULO I. Disposiciones generales	10
CAPÍTULO I. Objeto y ámbito de aplicación	10
Artículo 1. Objeto.	10
Artículo 2. Ámbito de aplicación.	11
Artículo 3. Fines y principios rectores.	11
CAPÍTULO II. De la actividad comercial.	12
Artículo 4. Concepto y clases.	12
Artículo 5. Condiciones generales para el ejercicio de la actividad comercial.	12
Artículo 6. Prohibiciones y restricciones al ejercicio de la actividad comercial.	12
Artículo 7. Ordenación administrativa de la actividad comercial.	13
Artículo 8. Registro Gallego de Comercio.	13
CAPÍTULO III. Condiciones de la oferta, precios y garantías.	13
Artículo 9. Condiciones de la oferta.	13
Artículo 10. El precio de los productos y servicios.	14
Artículo 11. Derecho de desistimiento.	15
Artículo 12. Ventas con pérdida.	15
Artículo 13. Garantía y custodia de los artículos.	15
CAPÍTULO IV. Adquisiciones de las personas comerciantes	16

Artículo 14. Régimen general.	16
Artículo 15. Pagos a las personas proveedoras.	16
CAPÍTULO V. Observatorio del Comercio de Galicia	17
Artículo 16. Creación y adscripción.	17
Artículo 17. Funciones.	17
Artículo 18. Consejo Gallego de Economía y Competitividad.	17
Artículo 19. Funciones.	18
Artículo 20. Composición.	18
Artículo 21. Mesa Local de Comercio.	18
TÍTULO II. De la ordenación comercial	18
CAPÍTULO I. Establecimientos comerciales	18
Artículo 22. Concepto general de establecimiento comercial.	18
Artículo 23. Clases de establecimientos comerciales.	19
Artículo 24. Centros comerciales abiertos.	19
Artículo 25. Centros de fabricantes o outlets.	19
CAPÍTULO II. Ordenación comercial.	20
Artículo 26. Ordenación y equipamientos comerciales.	20
Artículo 27. Uso comercial del suelo.	20
CAPÍTULO III. De la autorización comercial autonómica	20
Artículo 28. Apertura de establecimientos comerciales.	20
Artículo 29. Actividades sujetas a autorización comercial autonómica.	21
Artículo 30. Superficie útil de exposición y venta al público.	21
Artículo 31. Solicitud de la autorización comercial autonómica.	22
Artículo 32. Procedimiento para la obtención de la autorización comercial autonómica y su valoración.	22
Artículo 33. Simplificación administrativa e integración de procedimientos.	23
Artículo 34. Vigencia de la autorización comercial.	23
TÍTULO III. De los horarios comerciales	24
CAPÍTULO ÚNICO. Horarios comerciales	24
Artículo 35. De los horarios comerciales.	24
TÍTULO IV. De las actividades de promoción de ventas	24
CAPÍTULO I. Normas generales	24

Artículo 36. Concepto.	24
Artículo 37. Requisitos generales.	24
CAPÍTULO II. Ventas en rebajas	25
Artículo 38. Concepto.	25
Artículo 39. Temporada de rebajas.	25
Artículo 40. Condiciones.	25
CAPÍTULO III. Ventas de saldo	26
Artículo 41. Concepto.	26
Artículo 42. Condiciones.	26
CAPÍTULO IV. Ventas en liquidación	26
Artículo 43. Concepto.	26
Artículo 44. Condiciones.	27
Artículo 45. Duración.	27
CAPÍTULO V. Ventas con descuento	27
Artículo 46. Concepto.	27
Artículo 47. Condiciones.	27
CAPÍTULO VI. Ventas con obsequio.	28
Artículo 48. Concepto.	28
Artículo 49. Condiciones.	28
CAPÍTULO VII. Oferta de venta directa	29
Artículo 50. Concepto.	29
Artículo 51. Condiciones.	29
TÍTULO V. De las modalidades especiales de venta	29
CAPÍTULO I. Generalidades.	29
Artículo 52. Concepto.	29
Artículo 53. Requisitos de los establecimientos comerciales.	29
CAPÍTULO II. Ventas a domicilio	29
Artículo 54. Concepto.	29
Artículo 55. Condiciones.	30
CAPÍTULO III. Ventas a distancia	30
Artículo 56. Concepto.	30

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículo 57. Comunicación.	31
Artículo 58. Propuesta de contratación.	31
Artículo 59. Información previa.	31
Artículo 60. Necesidad de consentimiento expreso.	31
Artículo 61. Prohibición de envíos no solicitados.	32
Artículo 62. Ejecución y pago.	32
Artículo 63. Derecho de desistimiento.	32
Artículo 64. Pago mediante tarjeta.	33
Artículo 65. Información.	33
Artículo 66. Irrenunciabilidad de los derechos.	34
Artículo 67. Requisitos especiales.	34
CAPÍTULO IV. Ventas automáticas	34
Artículo 68. Concepto.	34
Artículo 69. Condiciones.	34
CAPÍTULO V. Venta ambulante o no sedentaria	35
Artículo 70. Concepto.	35
Artículo 71. Tipología de venta ambulante o no sedentaria.	35
Artículo 72. Condiciones.	35
Artículo 73. Sección de comerciantes ambulantes del Registro Gallego de Comercio.	36
Artículo 74. Productos objeto de la venta ambulante.	36
Artículo 75. Lugares destinados a la venta ambulante.	36
Artículo 76. Régimen de autorización.	36
Artículo 77. Información al público.	37
Artículo 78. Facultades de inspección y sanción.	37
CAPÍTULO VI. Venta en subasta pública	37
Artículo 79. Concepto.	37
Artículo 80. Condiciones del contrato de venta en subasta pública.	37
Artículo 81. Requisitos de la oferta en subasta pública.	38
Artículo 82. Relación entre las partes intervinientes.	38
Artículo 83. Documentación.	38
Artículo 84. Efectos de la venta en subasta pública.	38

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículo 85. Comunicación previa.	38
CAPÍTULO VII. Venta ocasional	39
Artículo 86. Concepto.	39
Artículo 87. Condiciones.	39
CAPÍTULO VIII. Prácticas especiales de venta	39
Artículo 88. Venta multinivel. Concepto.	39
Artículo 89. Condiciones.	39
Artículo 90. Prohibición de las ventas piramidales.	40
Artículo 91. Prohibición de la venta con pérdida.	40
TÍTULO VI. De la actividad comercial en régimen de franquicia	40
CAPÍTULO ÚNICO. De la actividad comercial en régimen de franquicia	40
Artículo 92. Concepto y condiciones.	40
TÍTULO VII. De las actividades feriales.	40
CAPÍTULO ÚNICO. De las actividades feriales	40
Artículo 93. De las actividades feriales.	40
Artículo 94. Ferias de oportunidades celebradas por personas comerciantes.	41
TÍTULO VIII. De la inspección y el régimen sancionador.	41
CAPÍTULO I. Inspección	41
Artículo 95. Competencias inspectoras.	41
Artículo 96. Funciones de la Inspección de Comercio.	41
Artículo 97. Facultades de la Inspección de Comercio.	42
Artículo 98. Obligaciones de las personas inspeccionadas.	42
Artículo 99. Actividad inspectora en materia de comercio.	42
Artículo 100. Personal de la Inspección de Comercio.	43
Artículo 101. Actuación de las personas inspectoras.	43
CAPÍTULO II. Infracciones	43
Artículo 102. Concepto y clases.	43
Artículo 103. Responsabilidad.	43
Artículo 104. Infracciones leves.	43
Artículo 105. Infracciones graves.	44
Artículo 106. Infracciones muy graves.	45

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículo 107. Reincidencia.	45
Artículo 108. Prescripción de las infracciones.	45
CAPÍTULO III. Sanciones.	46
Artículo 109. Tipología de las sanciones.	46
Artículo 110. Cuantía de las multas.	46
Artículo 111. Sanciones accesorias.	46
Artículo 112. Graduación de las sanciones.	46
Artículo 113. Órganos competentes para la imposición de las sanciones.	47
Artículo 114. Procedimiento sancionador.	47
Artículo 115. Medidas cautelares.	48
Artículo 116. Multas coercitivas.	48
Artículo 117. Publicidad y ejecución de las sanciones.	48
<i>Disposiciones transitorias</i>	<i>49</i>
Disposición transitoria primera. Solicitudes de autorización en tramitación.	49
Disposición transitoria segunda. Autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante pendientes de resolución.	49
Disposición transitoria tercera. Integración de procedimientos y expedientes administrativos en tramitación.	49
<i>Disposiciones derogatorias</i>	<i>49</i>
Disposición derogatoria única. Derogación de la Ley 10/1988, del Decreto 194/2001 y del artículo 1.2 de la Ley 1/1996.	49
<i>Disposiciones finales</i>	<i>49</i>
Disposición final primera. Desarrollo reglamentario.	49
Disposición final segunda. Modificación de la Ley 5/2004, de 8 de julio, de cámaras oficiales de comercio, industria y navegación de Galicia.	49
Disposición final tercera. Modificación de la Ley 1/1996, de 5 de marzo, de regulación de las actividades feriales de Galicia.	50
Disposición final cuarta. Dotaciones presupuestarias.	50
Disposición final quinta. Reserva de las competencias del Estado.	50
Disposición final sexta. Entrada en vigor.	51

TEXTO CONSOLIDADO
Última modificación: 28 de diciembre de 2018

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Conforme al artículo 30.1.4 del Estatuto de Autonomía de Galicia, corresponde a esta Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios y la 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 española.

En orden a atender las necesidades propias y específicas del sector comercial gallego, la Comunidad Autónoma de Galicia considera conveniente actualizar el marco normativo regulador de la actividad comercial a fin de alcanzar la modernización, mejora y desarrollo del sector.

En efecto, transcurridos más de veinte años desde la aprobación de la Ley 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del comercio interior de Galicia, urge afrontar una nueva regulación de esta materia acorde con las necesidades actuales de nuestro comercio, a la vista de los múltiples cambios que este ha experimentado durante estas últimas dos décadas –principalmente por la aparición de nuevos formatos comerciales y nuevas modalidades de venta–, que sitúan nuestra estructura comercial con una dotación de equipamiento comercial muy diferente a la de aquel momento.

Por otro lado, la aprobación de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre, relativa a los servicios en el mercado interior de la Unión Europea, ha supuesto una transformación de los mecanismos legales que rigen el mercado interior, con la finalidad de garantizar que tanto los proveedores como los destinatarios de los servicios se beneficien de las libertades fundamentales que consagran los artículos 49 y 56 del Tratado de funcionamiento de la Unión Europea: la libertad de establecimiento y la libertad de prestación de servicios.

Por ello, la directiva ha establecido el principio de simplificación administrativa, la eliminación de los obstáculos en las actividades de servicios y la promoción, por una parte, de la confianza recíproca entre los estados miembros de la Unión Europea y, por otra, la confianza de las personas proveedoras y consumidoras en el mercado interior.

Con fecha 22 de diciembre de 2009, el Parlamento de Galicia aprobó la Ley 7/2009, de modificación de la Ley 10/1988, de 20 de julio, de comercio interior de Galicia, al objeto de transponer parcialmente los mandatos de la directiva.

No obstante, el carácter parcial de la modificación y la necesidad de afrontar una actualización integral de la normativa comercial exigen la aprobación de una nueva Ley de comercio que dé respuesta a las nuevas realidades surgidas en los últimos tiempos, así como a las necesidades de las personas comerciantes, garantizando la debida protección de las personas consumidoras y usuarias.

En esta coyuntura, se hace así imprescindible una nueva legislación que garantice un futuro desarrollo comercial en términos no agresivos para el necesario equilibrio territorial y que resulte no lesiva para la estructura comercial existente.

En este sentido, la presente Ley surge con el objetivo de conseguir una verdadera vertebración del sector, introduciendo las medidas adecuadas para su consolidación y mejora y, sobre todo, dirigidas a ordenar y equilibrar el comercio interior de Galicia, conforme a sus necesidades y características específicas.

A lo largo de la historia, el comercio representó y sigue representando un elemento conformador de nuestros entornos urbanos, que busca el necesario equilibrio entre todos los formatos comerciales. Por ello, es preciso ordenar la actividad comercial tanto en el casco urbano como en la periferia, buscando la adaptación de la dotación comercial a la necesaria ordenación territorial, preservando y fortaleciendo el sistema urbano tradicional de nuestros pueblos y ciudades, y protegiendo el medio ambiente.

Por otro lado, los principios que deben presidir nuestros mercados, como el de la necesaria transparencia, la defensa de la competencia y la adecuada protección de las

personas consumidoras, están presentes en toda la reglamentación comercial contenida en el presente texto legal.

En definitiva, todos los aspectos señalados redundan en la necesidad de una nueva normativa clara y precisa por la que han de regirse los operadores del sector, respetuosa, a la vez, con los intereses y necesidades de las personas consumidoras y usuarias, que sirva de cauce para una adecuada coordinación y cooperación entre las distintas administraciones públicas con competencias en materia de comercio y que acabe con la actual dispersión normativa.

La Ley se estructura en ocho títulos –divididos en capítulos– integrados por ciento diecisiete artículos, dos disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y seis disposiciones finales.

Entrando en el análisis de la estructura anteriormente expuesta de la Ley, el título I contiene disposiciones de carácter general, comenzando, en sus dos primeros capítulos, por definir su objeto y ámbito de aplicación –con expresión de aquellas actividades que quedan excluidas–, así como la distinción entre las diversas clases de actividad comercial. Asimismo, se explicitan cuáles son los principios informadores o rectores de todo el texto legal, entre los que se señala el desarrollo equilibrado y sostenible de las actividades comerciales en el ámbito de Galicia, la modernización del tejido comercial gallego, el fomento del asociacionismo, el respeto de los derechos e intereses de las personas consumidoras y la adaptación de la dotación comercial a la necesaria ordenación territorial y urbanística.

Se tratan, también en este título, las condiciones generales para el ejercicio de la actividad comercial, así como aquellos aspectos que son objeto de ordenación administrativa. En concreto, se señala que la ordenación administrativa de la actividad comercial tendrá por objeto el régimen de horarios comerciales, la autorización comercial previa de aquellos establecimientos cuya implantación tenga una incidencia supramunicipal por sus repercusiones urbanísticas, medioambientales y territoriales, el régimen de determinadas actividades promocionales y ventas especiales, y la inspección, información y vigilancia sobre la actividad y los establecimientos comerciales de Galicia. Asimismo, se recoge que la política comercial tendrá como objeto la modernización y racionalización del sector obedeciendo a razones de interés general.

Por otra parte, y a los meros efectos estadísticos, se crea el Registro Gallego de Comercio, adscrito a la dirección general competente en materia de comercio, con el propósito de contar con un censo actualizado de los establecimientos y asociaciones comerciales de Galicia que permita un mayor acierto en la toma de decisiones. El Registro Gallego de Comercio es, por tanto, necesario a los efectos de contar con los datos estadísticos precisos que permitan la adopción de decisiones acertadas por parte de la administración, no discriminatorio, pues se aplica por igual a todos los establecimientos comerciales ubicados en el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia, y proporcional, no existiendo otro instrumento más adecuado que permita alcanzar el objetivo estadístico propuesto. Por otro lado, el registro tendrá un efecto de simplificación administrativa, evitando a los establecimientos, en sus relaciones con la administración, acreditar datos que ya obren en el registro.

Se regulan, asimismo, en el capítulo III de este título, materias de relevancia para el comercio, como las condiciones de la oferta y el régimen de los precios de los productos y la garantía y custodia de los artículos, a fin de prestar una adecuada protección a las personas consumidoras y para mayor seguridad en el sector, así como para introducir criterios de mayor transparencia en los mercados, lo cual redundará también en una mayor garantía para la defensa de la competencia. Todo esto, dentro de los límites constitucionales y estatutarios que configuran las competencias en la materia, así como dentro del marco que establecen las correspondientes directivas europeas aplicables.

El capítulo V del presente título I está dedicado a la regulación del Observatorio del Comercio de Galicia como órgano consultivo, asesor, de participación, de estudio y formación en materia de comercio. A la vista del gran dinamismo del sector comercial y el carácter eminentemente técnico de esta materia, resulta muy necesario contar con recursos materiales y humanos que permitan una adecuada formación e información, tanto para la propia Administración pública gallega como para el propio tejido comercial.

Adscrito al Observatorio del Comercio de Galicia se crea el Consejo Gallego de Comercio, que, con carácter consultivo, se configura como un órgano colegiado de

participación, asesoramiento y colaboración con la Administración pública gallega en la ordenación de la actividad comercial, siendo el instrumento que garantizará y defenderá los intereses generales que tendrán que presidir la acción administrativa en materia de política comercial, los proyectos normativos de ordenación del comercio y de la actividad comercial y, en general, cualquier proyecto de la Administración pública gallega destinado al fomento y mejora del tejido comercial. A los efectos de emitir los informes que se soliciten con relación a la autorización previa comercial, el Consejo Gallego de Comercio se constituirá en Comisión Consultiva, de la que no formarán parte los agentes económicos del consejo.

Finalmente, se crea en cada municipio la Mesa Local de Comercio, que actuará como órgano colegiado de participación, coordinación, cooperación y colaboración entre las distintas administraciones públicas de la Comunidad Autónoma de Galicia y los distintos agentes comerciales.

El título II regula los establecimientos comerciales estableciendo el concepto y la clasificación de los mismos. Así, se define de forma clara y precisa lo que se entiende legalmente por establecimiento comercial, sus clases –se introduce el concepto de «establecimiento colectivo» y de «centro comercial abierto»– y su variada tipología, así como otros conceptos básicos, como el de «superficie de venta y exposición al público».

Se aborda el régimen legal de los establecimientos comerciales, especialmente en lo que se refiere a los requisitos para su apertura, señalando la necesidad de que el planeamiento general de ordenación municipal ordene los usos comerciales del suelo del respectivo municipio garantizando una protección de los entornos urbanos que asegure la necesaria accesibilidad de toda la población a los establecimientos comerciales y protegiendo el medio ambiente, el patrimonio y el paisaje del territorio.

La Ley mantiene en líneas generales el régimen de autorización comercial autonómica introducido por Ley 7/2009, de 22 de diciembre, de modificación de la Ley 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del comercio interior de Galicia, concretando aspectos como el concepto de superficie útil de exposición y venta o el concepto de incidencia supramunicipal, identificado, según reiterada doctrina, con aquellos establecimientos que tengan una superficie útil de exposición y venta de más de 2.500 metros cuadrados.

Dicha autorización comercial autonómica se justifica así en la necesidad de protección de los entornos urbanos históricos, evitando el proceso de despoblación de los núcleos urbanos, en la protección del medio ambiente y del patrimonio histórico-artístico de Galicia y en la mejora de la calidad de vida de las personas. La autorización autonómica solo será otorgada en aquellos supuestos que garanticen de modo absoluto la adopción de medidas para la protección del medio ambiente, de conservación del patrimonio histórico-artístico de Galicia y de mejora de la calidad de vida de las personas.

El régimen establecido respeta la autonomía local constitucionalmente garantizada, limitando la intervención autonómica a supuestos de incidencia supramunicipal y garantizando la proporcionalidad y la no discriminación entre empresas, independientemente de su nacionalidad, procedencia, características o formato. Por ello se introduce como novedad, con respecto al régimen anterior, la distinción entre establecimiento comercial individual o colectivo, sujetando ambos formatos al mismo sistema de autorización.

Por otra parte, se señalan los criterios técnicos y objetivos de interés general que servirán de base para el análisis y concesión, en su caso, de la correspondiente autorización comercial autonómica.

El título III de la presente Ley hace referencia a la regulación de los horarios comerciales, remitiéndonos a la ley específica de la Comunidad Autónoma de Galicia en esta materia; se refiere, por tanto, a la Ley 13/2006, de 27 de diciembre, de horarios comerciales de Galicia.

El título IV regula las actividades comerciales de promoción de ventas, procediendo a su definición y clasificación. Concretamente, la ley considera actividades comerciales de promoción de ventas las ventas en rebajas, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con descuento, las ventas con obsequio y las ventas directas realizadas por fabricante o mayorista. Dicho título recoge unas normas generales aplicables a este tipo de ventas y posteriormente procede a una delimitación y regulación exhaustiva de unas y otras. Es de destacar que, en cuanto a la duración del periodo de rebajas, este queda fijado en un mínimo de una semana y un máximo de dos meses, de forma continuada.

El título V contempla las modalidades especiales de venta, considerándose como tales aquellas que no son realizadas en un establecimiento comercial abierto al público de manera

permanente, y, especialmente, las ventas a domicilio, las ventas a distancia, las ventas automáticas, las ventas ambulantes, las ventas en subasta pública y las ventas ocasionales. Se señala que los comerciantes que ejerzan la venta a distancia o estén domiciliados en el territorio de Galicia deberán comunicarlo a la sección de esta modalidad de venta del Registro General de Comercio de la dirección general competente en materia de comercio interior de la Xunta de Galicia.

Asimismo, se regulan las prácticas especiales de venta. En este sentido, conviene reseñar la prohibición de la venta piramidal y la venta con pérdida.

El título VI hace referencia a la actividad comercial en régimen de franquicia, estableciéndose como requisito básico para aquellas personas físicas o jurídicas que pretendan realizar en territorio gallego esta actividad –y tengan su domicilio social o delegación o representación en Galicia– la comunicación a la sección de franquiciadores y franquiciadoras del Registro General de Comercio.

El título VII remite la regulación de las actividades feriales a lo dispuesto en la legislación específica de la materia, así como a lo dispuesto en el artículo 94 del presente cuerpo legal en materia de ferias de oportunidades.

En efecto, como novedad, se regulan en este título las llamadas «ferias de oportunidades» como aquellas de carácter multisectorial promovidas por comerciantes con establecimiento fijo o por sus estructuras asociativas y celebradas fuera de sus respectivos establecimientos comerciales en lugares del núcleo urbano habilitados al efecto. Tendrán una duración máxima de tres días, celebrándose una al año, salvo motivos excepcionales previamente acreditados y autorizados por la dirección general competente en materia de comercio. Se establece que las dos terceras partes de los comerciantes participantes deberán ejercer su actividad en el propio municipio o comarca, según el ámbito territorial de la feria de oportunidades. Este precepto no supone régimen discriminatorio alguno, ya que solo los comerciantes con establecimiento fijo pueden participar en las ferias de oportunidades, por ello la exigencia de que dos tercios pertenezcan al ámbito territorial de la feria de oportunidades, no prohibiendo la participación de establecimientos comerciales fijos de otras localidades.

El título VIII regula la inspección y el régimen de infracciones y sanciones en materia de comercio interior y prevé la creación de plazas de inspectores de comercio, las cuales habrán de ser necesariamente cubiertas por funcionarios del cuerpo de gestión de la Xunta de Galicia.

La Ley concluye con las correspondientes disposiciones transitorias, derogatoria y finales, que facultan al Gobierno gallego para dictar las disposiciones que sean precisas para la aplicación y desarrollo de la misma y para actualizar los importes de las sanciones en ella establecidos.

El texto del anteproyecto de ley fue sometido al preceptivo dictamen del Consejo Económico y Social de Galicia.

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 23 de febrero, reguladora de la Xunta y de su Presidencia, promulgo, en nombre del Rey, la Ley del comercio interior de Galicia.

TÍTULO I

Disposiciones generales

CAPÍTULO I

Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 1. *Objeto.*

Es objeto de la presente Ley el establecimiento de un marco jurídico para el desarrollo de la actividad comercial en Galicia con la finalidad de fomentar, ordenar administrativamente, racionalizar, modernizar y mejorar la actividad del sector.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente Ley será de aplicación a las actividades comerciales realizadas por comerciantes en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Son comerciantes, a los efectos de lo dispuesto en esta ley, las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que realizan de forma habitual y eventual actividades de mediación comercial entre la producción y el consumo en el mercado.

2. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de la presente ley aquellas actividades comerciales que, en razón a su objeto o naturaleza, estén sometidas a un control específico por parte de los poderes públicos o a una reglamentación específica, sin perjuicio de la aplicación supletoria de esta Ley. En todo caso, quedan excluidos de su ámbito de aplicación:

- a) Los servicios de carácter financiero, de transporte y de seguros.
- b) Los servicios de alojamiento, cafeterías, bares, restaurantes y hostelería, en general.
- c) Los servicios de reparación, mantenimiento y asistencia técnica, siempre que no vayan asociados a la venta, con carácter ordinario o habitual.
- d) El ejercicio de profesiones liberales y colegiadas.
- e) Los servicios prestados por empresas de ocio y espectáculos, tales como cines, teatros, circos, ludotecas, parques infantiles o similares. Lo dicho anteriormente no obsta a la sujeción a la presente Ley de las ventas realizadas en sus instalaciones o anexos, siempre que estas se celebren en zonas de libre acceso.

3. Las entidades cooperativas u otras formas jurídicas análogas estarán obligadas a distinguir entre la oferta dirigida a los socios de la que tenga como destinatario el público en general, estando esta última sometida a la presente Ley. En todo caso, cuando la oferta a ambos destinatarios no aparezca rigurosamente diferenciada, será de aplicación esta Ley.

Artículo 3. *Fines y principios rectores.*

La presente Ley se regirá por los fines y principios siguientes:

a) La actividad comercial en Galicia se desarrollará conforme a los principios que informan la planificación económica general del Estado, dentro de un marco de economía de mercado y libre y leal competencia, así como del respeto a las normas vigentes que regulan la competencia en Galicia, sin perjuicio de las determinaciones contenidas en la presente Ley y disposiciones que la desarrollen y de aquellas normas que regulen la actividad comercial.

b) Un desarrollo equilibrado y sostenible de las actividades comerciales en el ámbito de Galicia.

c) El fomento del asociacionismo.

d) La modernización del tejido comercial gallego.

e) El respeto a los derechos e intereses de las personas consumidoras y usuarias.

f) La adaptación de la dotación comercial a la necesaria ordenación urbanística, preservando y fortaleciendo el sistema urbano tradicional de nuestros pueblos y ciudades, a fin de asegurar una adecuada protección de los entornos urbanos y del medio ambiente, dentro de un objetivo de cohesión social que coadyuve a la igualdad entre los ciudadanos y ciudadanas, reduzca la movilidad y evite desplazamientos innecesarios.

g) La promoción de la igualdad de oportunidades y la formación técnica y profesional de las personas comerciantes y trabajadoras del sector comercial, así como el respeto a los derechos laborales en general y a las normas en materia de prevención de riesgos laborales en particular. El establecimiento de instrumentos que aseguren la necesaria transparencia, objetividad e igualdad de oportunidades y de trato para los diversos agentes económicos; la defensa de la leal competencia y de las personas consumidoras, a fin de asegurar la legalidad de la actuación administrativa, así como el sometimiento de esta a los fines que la justifican.

CAPÍTULO II

De la actividad comercial

Artículo 4. *Concepto y clases.*

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por:

a) Actividad comercial: la realizada por comerciantes, ya sea por cuenta propia o ajena, consistente en el ofrecimiento o la colocación en el mercado de productos, naturales o elaborados, susceptibles de tránsito comercial, así como los servicios que de tal actividad se derivasen.

b) Actividad comercial minorista o al por menor: la adquisición de productos o mercancías y su venta al consumidor final, incluyendo la prestación de aquellos servicios derivados de tal actividad. Igualmente, ostentará este carácter la venta realizada por los artesanos respecto a sus productos en su propio taller.

c) Actividad comercial mayorista o al por mayor: la adquisición de productos o mercancías y su venta a otros comerciantes o empresarios, industriales, empresarios que no constituyan consumidores finales, incluyendo la prestación de aquellos servicios que se derivasen de tal actividad.

2. No se modificarán las calificaciones de actividad comercial mayorista o minorista anteriormente descritas por concurrir un eventual sometimiento de la mercancía a procesos de transformación, manipulación, tratamiento o acondicionamiento que sean habituales en el comercio.

Artículo 5. *Condiciones generales para el ejercicio de la actividad comercial.*

1. Podrán ejercer la actividad comercial las personas físicas y jurídicas que, conforme a la legislación vigente, posean la capacidad jurídica precisa y la condición de comerciante que establece la legislación mercantil y cumplan con los requisitos contenidos en la presente Ley.

2. Sólo podrá realizarse, simultáneamente, la actividad comercial mayorista y minorista en un mismo local si ambas actividades fueran llevadas a cabo en secciones diferenciadas, adecuadamente señalizadas y rotuladas, para público y notorio conocimiento de las personas consumidoras, y con observancia de las normas aplicables, relativas a cada una de estas modalidades de distribución.

3. Para el ejercicio de cualquier actividad comercial son elementos necesarios:

a) Acreditar, en su caso, el cumplimiento de los requisitos específicos y de las garantías que fueran exigidas por la legislación vigente, para la venta de determinados productos o prestación de determinados servicios.

b) Haber cumplido las obligaciones correspondientes, en su caso, en materia de Seguridad Social y en materia tributaria.

c) Estar dado o dada de alta en el epígrafe o epígrafes del impuesto de actividades económicas que corresponda con la actividad comercial que se desarrolla.

d) Disponer de las autorizaciones, permisos o licencias o hacer las comunicaciones previas o declaraciones responsables establecidas legalmente por cualquier administración pública que tenga atribuida tal competencia.

e) En caso de extranjeros, no nacionales de otro Estado miembro de la Unión Europea, acreditar el cumplimiento de la normativa específica vigente.

4. El ejercicio de la actividad comercial se llevará a cabo con riguroso respeto a los derechos lingüísticos recogidos en el artículo 5 del Estatuto de autonomía para Galicia. Nadie podrá ser discriminado o atendido incorrectamente en razón a la lengua empleada. Los poderes públicos de Galicia garantizarán el uso normal de los dos idiomas.

Artículo 6. *Prohibiciones y restricciones al ejercicio de la actividad comercial.*

1. No podrán ejercer la actividad comercial las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido por la normativa vigente.

2. Se prohíbe expresamente la exposición y venta de mercancías a la persona consumidora cuando estas provengan de personas físicas y jurídicas cuya actividad sea distinta a la comercial. Dicha prohibición será especialmente de aplicación a aquellas entidades que, 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 la persona consumidora pudiera realizar pedidos o adquirir mercancías en los establecimientos de aquellas.

3. La infracción a lo dispuesto en el apartado anterior será sancionable conforme a lo establecido en la presente ley, independientemente 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.

Artículo 7. *Ordenación administrativa de la actividad comercial.*

1. La ordenación administrativa de la actividad comercial tendrá por objeto:

- a) El régimen de los horarios comerciales.
- b) La autorización comercial previa de aquellos establecimientos cuya implantación tenga una incidencia supramunicipal por sus repercusiones urbanísticas, medioambientales y territoriales.
- c) El régimen de las actividades promocionales.
- d) El régimen de la autorización de ventas especiales.
- e) La inspección, información y vigilancia sobre la actividad y los establecimientos comerciales de Galicia.
- f) Cualesquiera otras actividades que legalmente puedan establecerse.

2. El Gobierno gallego, a través de la consejería competente en materia de comercio, desarrollará una política de reforma de las estructuras comerciales encaminada a la modernización y racionalización del sector.

Artículo 8. *Registro Gallego de Comercio.*

(Derogado).

CAPÍTULO III

Condiciones de la oferta, precios y garantías

Artículo 9. *Condiciones de la oferta.*

1. El ejercicio de la actividad comercial estará sujeto a las condiciones que integren la oferta de bienes en el mercado y a la normativa reguladora de la presentación y del etiquetado de los mismos. Los productos deberán llevar incorporada cuanta información fuera legalmente exigible y adecuada para el conocimiento de estos, los riesgos de su utilización y, en su caso, las condiciones especiales para su adquisición.

2. Las personas comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que puedan ser adquiridos por cada comprador, ni establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para las compras que sobrepasen un determinado volumen. En caso de que no se indique expresamente, de forma visible para la persona compradora, el número exacto de existencias que abarque la oferta, los comerciantes estarán obligados a ofrecer un producto de iguales o superiores características y calidades al ofertado, durante todo el tiempo que dure el periodo de oferta anunciado.

3. Solo excepcionalmente, la administración pública competente en la materia, y siempre por motivos de interés público, podrá limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador.

Artículo 10. *El precio de los productos y servicios.*

1. El precio de los productos y servicios será el fijado libremente por las personas oferentes, sin más limitaciones que las impuestas por la legislación vigente en materia de precios y márgenes comerciales y de protección de la libre competencia.

2. En todo caso, los precios de los productos, así como su exhibición al público, deberán cumplir lo dispuesto en la normativa dictada para la protección de las personas consumidoras y usuarias.

3. Los productos expuestos para su comercialización estarán marcados con su precio de forma inequívoca y fácilmente identificable. Los precios de los artículos expuestos en los escaparates resultarán visibles desde el exterior. Todos los establecimientos que presten servicios a los usuarios exhibirán al público de forma perfectamente visible los precios aplicables a los mismos.

La consejería competente en materia de comercio podrá establecer excepciones o condiciones especiales en la información de precios por motivos de seguridad o derivados de la naturaleza del producto o servicio.

4. En los productos que se vendan a granel se indicará el precio de la unidad de medida. Aquellos productos que habitualmente se vendan a granel y se presenten a la venta en cantidades o volúmenes preestablecidos se expondrán a la venta indicando el precio por unidad de medida habitual, la medida del producto y el precio resultante.

5. El precio de venta anunciado se entenderá como el total del producto o servicio adquirido al contado, incluidos todos los tributos aplicables.

6. Si en la marcación del precio de un producto existieran dos o más precios diferentes, la persona comerciante estará obligada a vender al precio más bajo de los exhibidos.

7. La persona comerciante explicitará por escrito en la zona de caja de forma visible para la persona consumidora los medios de pago admitidos, así como la posibilidad o no de la devolución del producto. Esta información así como el plazo para hacer efectiva la posible devolución deberán figurar igualmente en el tique de compra. En caso de ser admitida la devolución, se procederá, a opción de la persona comerciante, al reembolso del importe o al otorgamiento de un vale sin caducidad o documento acreditativo de la deuda sin caducidad por el importe correspondiente. Esta última información también deberá ser explicitada por escrito de forma visible para la persona consumidora.

8. En las ventas a plazo, la persona comerciante deberá, en todos los casos, incluida la publicidad, informar a la persona compradora del importe de cada plazo, el número de ellos, la periodicidad de los pagos y el precio total resultante. En los supuestos en que lo referido anteriormente implique la concertación de un crédito, el tipo de interés aplicado se expresará de acuerdo con lo dispuesto en la legislación correspondiente.

9. En todos aquellos casos en que la entrega total o parcial de productos o la prestación de servicios complementarios fuera diferida a un momento posterior al estipulado en el contrato, la persona comerciante deberá extender factura o documento sustitutivo, haciendo constar las prestaciones adeudadas y la parte del precio que hubiese recibido.

10. En aquellos supuestos en que la venta de un producto se ofreciera a la persona compradora o usuaria a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por la persona vendedora, la información deberá incluir, además del precio, incluidos todos los impuestos, el importe de los gastos de entrega y de transporte y de los posibles gastos de devolución, en su caso. Asimismo, se informará a la persona usuaria de la forma de pago y del sistema de reembolso.

Los precios anunciados serán exigibles por las personas usuarias aun cuando no correspondan con los que figuren en el contrato celebrado o en la factura o comprobante recibidos, no pudiendo ser aplicado un precio superior al anunciado.

11. La reglamentación contenida en los apartados anteriores se entenderá sin perjuicio de lo establecido respecto a las actividades de promoción de ventas del título IV de la presente ley.

Artículo 11. Derecho de desistimiento.

1. Cuando en el ejercicio de un derecho previamente reconocido se proceda a la devolución de un producto, la persona compradora no tendrá obligación de indemnizar a la persona vendedora por el desgaste o deterioro del mismo debido exclusivamente a su prueba para tomar una decisión sobre su adquisición definitiva sin alterar las condiciones del producto en el momento de la entrega. Se prohíbe a la persona vendedora exigir anticipo de pago o prestación de garantías, incluso la aceptación de efectos que garanticen un eventual resarcimiento en su favor para el caso de que se devuelva la mercancía.

2. De no haberse fijado el plazo dentro del cual la persona compradora podrá desistir del contrato, aquel será de siete días naturales.

3. En los supuestos de desistimiento de la persona compradora y correspondiente devolución del producto se procederá, a opción de la persona comerciante anunciada previamente en los términos del apartado 7 del artículo 10 de la presente Ley, al reembolso del importe o al otorgamiento de un vale sin caducidad o documento acreditativo de la deuda sin caducidad por el importe correspondiente.

Artículo 12. Ventas con pérdida.

1. Se prohíbe la venta con pérdida, salvo en los supuestos siguientes:

a) Que quien la realice tenga por objeto alcanzar los precios de una o varias personas competidoras con capacidad para afectar significativamente a sus ventas.

b) Que se trate de productos perecederos en fechas próximas a su inutilización.

c) Que se realice en el marco de una venta de saldos o de una venta en liquidación reguladas en los capítulos III y IV del título IV de la presente Ley.

2. A los efectos de lo dispuesto en el apartado 1 de este artículo, se considera que existe venta con pérdida cuando el precio aplicado a un producto fuera inferior al de adquisición según factura, deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren en la misma, o al de reposición si este fuera inferior a aquel o al coste efectivo de producción, si el artículo hubiese sido fabricado por la propia persona comerciante, incrementados en las cuotas de los impuestos indirectos que graven la operación.

Las facturas se entenderán aceptadas en todos sus términos y reconocidas por sus destinatarios o destinatarias, cuando no hayan sido motivo de objeción en el plazo de los veinticinco días siguientes a su remisión. En el supuesto de que no sean conformes, se dispone sobre la anterior de un plazo adicional de diez días para su subsanación y nueva remisión de la correspondiente factura rectificada. A los efectos de lo establecido en este artículo, no se tendrán en cuenta las modificaciones contenidas en facturas rectificativas emitidas con 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 los servicios prestados.

4. En ningún caso podrán utilizarse las ofertas conjuntas o los obsequios a las personas compradoras para evitar lo dispuesto en el presente artículo.

Artículo 13. Garantía y custodia de los artículos.

1. Las personas comerciantes responderán de la calidad de los artículos vendidos en la forma determinada en la legislación civil y mercantil vigente, así como de acuerdo con la normativa de aplicación para la defensa de las personas consumidoras y usuarias.

2. Los establecimientos que recibiesen en custodia artículos para su reparación deberán entregar recibo escrito de los mismos, donde conste, al menos, con precisión y claridad, la identificación de la mercancía, el estado en el cual se entrega y la reparación que se solicita, con presupuesto de lo más desglosado y exacto posible, así como el nombre, número de identificación fiscal, domicilio y teléfono del establecimiento y de la persona propietaria del artículo.

3. En todo caso, y respecto a las materias a que se refieren los apartados anteriores, se aplicará la normativa vigente para la defensa de las personas consumidoras y usuarias.

CAPÍTULO IV

Adquisiciones de las personas comerciantes

Artículo 14. Régimen general.

El régimen jurídico de las adquisiciones de toda clase de productos efectuadas por las personas comerciantes se sujetará a lo dispuesto en la legislación civil y mercantil con las especialidades contenidas en el artículo siguiente.

Artículo 15. Pagos a las personas proveedoras.

1. A falta de plazo expreso, se entenderá que las personas comerciantes deben efectuar el pago del precio de las mercancías que compren antes de treinta días a partir de la fecha de su entrega.

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

Del mismo modo, las personas proveedoras deberán indicar en su factura el día del calendario en que ha de producirse el pago.

Si todas o alguna de las mercancías estuvieran afectadas por una cláusula de reserva de dominio, la factura expresará asimismo esta circunstancia, que deberá responder en todo caso a un acuerdo entre la persona proveedora y la comerciante documentado con anterioridad a la entrega.

Las facturas deberán hacerse llegar a las personas comerciantes antes de que se cumplan treinta días desde la fecha de entrega y recepción de las mercancías.

3. Los aplazamientos de pago de productos de alimentación frescos y de los perecederos no excederán en ningún caso de treinta días. Los aplazamientos de pago para los demás productos de alimentación y gran consumo no excederán del plazo de sesenta días, salvo pacto expreso en el que se prevean compensaciones económicas equivalentes al mayor aplazamiento y de las que la persona proveedora sea beneficiaria, sin que en ningún caso pueda exceder el plazo de noventa días.

Se entenderá por productos de alimentación frescos y perecederos aquellos que por sus características naturales conservan sus cualidades aptas para comercialización y consumo durante un plazo inferior a treinta días o que precisan condiciones de temperatura regulada de comercialización y transporte. Son productos de gran consumo aquellos fungibles de compra habitual y repetitiva por los consumidores y que presenten alta rotación.

4. Con relación a los productos que no sean frescos o perecederos ni de alimentación y gran consumo, cuando las personas comerciantes acuerden con sus proveedoras aplazamientos de pago que excedan de los sesenta días desde la fecha de entrega y recepción de las mercancías, el pago deberá quedar instrumentado en documento que lleve aparejada acción cambiaria, con mención expresa de la fecha de pago indicada en la factura. En el caso de aplazamientos superiores a noventa días, este documento será endosable a la orden. En todo caso, el documento se deberá emitir o aceptar por las personas comerciantes dentro del plazo de treinta días, a contar desde la fecha de recepción de la mercancía, siempre que la factura haya sido enviada. Para la concesión de aplazamientos de pago superiores a ciento veinte días, la persona vendedora podrá exigir que queden garantizados mediante aval bancario o seguro de crédito o caución.

5. En cualquier caso, se producirá el devengo de intereses moratorios en forma automática a partir del día siguiente al señalado para el pago o, en defecto de pacto, a aquel en el cual hubiera debido efectuarse de acuerdo con lo establecido en el apartado 1. En esos supuestos, el tipo aplicable para determinar la cuantía de los intereses será el previsto en el artículo 7 de la Ley por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, salvo que las partes hubiesen acordado en el contrato un tipo distinto, que en ningún caso será inferior al señalado para el interés general incrementado en un cincuenta por ciento.

6. A los efectos previstos en el presente artículo, y con referencia exclusiva a los bienes consumibles, se entenderá como fecha de entrega aquella en la que efectivamente se haya

producido, aunque, inicialmente, el título de la entrega fuera distinto del de compraventa, siempre que las mercancías hayan sido, finalmente, adquiridas por la persona receptora.

CAPÍTULO V

Observatorio del Comercio de Galicia

Artículo 16. *Creación y adscripción.*

Se crea el Observatorio del Comercio de Galicia, como un órgano asesor, consultivo, de estudio y formación en materia de comercio, adscrito a la dirección general competente en materia de comercio, cuya organización y funcionamiento se establecerán reglamentariamente.

Artículo 17. *Funciones.*

Las funciones del Observatorio del Comercio de Galicia son:

1. Producir y gestionar los conocimientos propios en materia de comercio a través del análisis de la información recibida, la elaboración de informes y estudios propios y el diseño de instrumentos de observación sectorial y espacial de la Comunidad Autónoma de Galicia.
2. Elaborar planes estratégicos para la modernización, dinamización y fortalecimiento del tejido comercial gallego.
3. Gestionar el depósito de conocimientos en materia de comercio, recopilando la información generada por otras instancias públicas o privadas, mediante la adecuada organización de los dispositivos de conexión y seguimiento de las mismas.
4. Difundir y divulgar el conocimiento en materia de comercio a través de actividades formativas programadas, como cursos, seminarios, mesas redondas y demás iniciativas análogas, así como de la elaboración y difusión de publicaciones, tanto en soporte papel como electrónicas.
5. Promover la participación de la sociedad en la mejora y el desarrollo de la actividad comercial en Galicia.

Artículo 18. *Consejo Gallego de Economía y Competitividad.*

1. El Consejo Gallego de Economía y Competitividad, creado por la Ley 9/2013, de 19 de diciembre, del emprendimiento y de la competitividad económica de Galicia, ejercerá las siguientes funciones específicas en materia de comercio:

- a) Emitir dictámenes sobre aquellas cuestiones que, en el ámbito de las políticas públicas con incidencia en la actividad comercial, le sean consultadas por el Consejo de la Xunta de Galicia o por la consejería con competencia en materia de comercio.
- b) Formular las propuestas y sugerencias que se estimen convenientes para el fomento y la mejora del tejido comercial gallego.
- c) Elaborar la propuesta de resolución de las autorizaciones comerciales autonómicas de conformidad con lo previsto en el artículo 32.5.
- d) Cualquier otra función que, en su caso, se establezca reglamentariamente.

2. Las funciones indicadas en el número anterior serán ejercidas por el Consejo a través del Comité Ejecutivo de Comercio Interior y Exterior, con excepción de la función prevista en la letra c), para el ejercicio de la cual se constituirá una comisión consultiva, de la que formarán parte, además de la persona que ocupe la presidencia del Comité Ejecutivo de Comercio Interior y Exterior, los siguientes miembros del Consejo:

- a) La persona representante de la Federación Gallega de Municipios y Provincias.
- b) La persona representante del Consejo Gallego de Consumidores y Usuarios.

Se completará la composición de la Comisión Consultiva con los siguientes miembros designados por la persona que ejerza la presidencia del Consejo Gallego de Economía y Competitividad, a propuesta de la consejería de procedencia:

- a) Dos personas representantes de la consejería competente en materia de comercio.

b) Dos personas representantes de la consejería competente en materia de urbanismo, ordenación del territorio y medio ambiente.

c) Una persona representante de la consejería competente en materia de infraestructuras.

La secretaria de la Comisión Consultiva corresponderá a una persona funcionaria de la dirección general competente en materia de comercio, que actuará como tal con voz y sin voto.»

Artículo 19. *Funciones.*

(Derogado).

Artículo 20. *Composición.*

(Derogado).

Artículo 21. *Mesa Local de Comercio.*

1. En cada municipio existirá una Mesa Local del Comercio, que actuará como órgano colegiado de participación, coordinación, cooperación y colaboración entre la Administración local y los agentes representativos del sector comercial.

La correspondiente diputación provincial asumirá las funciones de la Administración local en la Mesa Local del Comercio en aquellos municipios que no cuenten con un número mínimo de veinte comercios minoristas o cuando no existan asociaciones de comerciantes.

2. Formarán parte de la Mesa Local del Comercio una persona representante de cada una de las asociaciones locales de personas comerciantes y de personas consumidoras existentes en el respectivo municipio e igual número de representantes de la Administración local, así como una persona representante de la Administración autonómica, esta última con carácter voluntario. Ejercerá la secretaría la persona designada al efecto por la Administración local, que asistirá a la Mesa Local del Comercio con voz pero sin voto.

Podrán formar parte de las mesas locales de las grandes ciudades de Galicia, además de las personas anteriores, una persona representante de las federaciones de asociaciones de comerciantes más representativas de la correspondiente provincia y una persona representante de la cámara oficial de comercio de la correspondiente demarcación. En este supuesto, se incrementará el número de representantes de la Administración local hasta igualar al número de representantes del sector comercial presentes en la correspondiente mesa local.

3. La Mesa Local del Comercio se reunirá como mínimo una vez al año, correspondiendo su convocatoria al correspondiente ayuntamiento. Transcurrido un año sin que haya sido convocada la Mesa Local del Comercio, esta podrá ser convocada por la Administración autonómica.

TÍTULO II

De la ordenación comercial

CAPÍTULO I

Establecimientos comerciales

Artículo 22. *Concepto general de establecimiento comercial.*

1. La actividad comercial definida en el artículo 4 de la presente ley habrá de ejercerse en establecimiento comercial, salvo las excepciones previstas en los capítulos II, III, IV y V del título V y en el título VII de esta Ley.

2. Se consideran establecimientos comerciales los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, cubiertos o sin cubrir, interiores o exteriores a una edificación, con o sin escaparates, destinados al ejercicio regular de actividades

comerciales, ya sea de forma individual o en un espacio colectivo, e independientemente de que se realice de forma continuada o en días o temporadas determinadas.

Quedan incluidos en la definición anterior los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en la misma, siempre que tengan el carácter de inmuebles de acuerdo con el artículo 334 del Código civil.

Artículo 23. *Clases de establecimientos comerciales.*

1. Los establecimientos comerciales podrán tener carácter individual o colectivo.

2. Son establecimientos comerciales de carácter colectivo los integrados por un conjunto de establecimientos comerciales individuales o de puntos de venta diferenciados, ubicados en uno o varios edificios, comunicados o no, que se hayan proyectado de modo conjunto con independencia de que las respectivas actividades comerciales se desarrollen de forma empresarialmente independiente, en los que concurren tres de los elementos siguientes:

a) Acceso común desde la vía pública, de uso exclusivo o preferente de los clientes.

b) Áreas de estacionamiento comunes o contiguas a los diferentes establecimientos para uso preferente de los clientes y que no prohíban la circulación peatonal entre ellos.

c) Servicios comunes para los comerciantes o la clientela, como la gestión común de ciertos elementos de su explotación; concretamente, la creación de servicios colectivos o la celebración de actividades o campañas de comunicación, promoción y de publicidad comercial conjunta.

d) Denominación o imagen común.

Artículo 24. *Centros comerciales abiertos.*

1. Son centros comerciales abiertos aquellas agrupaciones de establecimientos comerciales legalmente constituidas representativas del pequeño comercio o comercio tradicional, ubicados en las calles de un determinado entorno urbano delimitado y con tradición comercial, que ofrecen una imagen y estrategia unitaria de la oferta global y se rigen por criterios de gestión integral o de conjunto en el ofrecimiento de servicios comunes, la creación de servicios colectivos o la celebración de actividades, comunicaciones o campañas de promoción.

2. La Administración autonómica impulsará y potenciará la creación y mantenimiento de los centros comerciales abiertos colaborando con la correspondiente Administración local.

Artículo 25. *Centros de fabricantes o outlets.*

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por centros de fabricantes o outlet:

a) El establecimiento comercial individual o colectivo dedicado de forma exclusiva y permanentemente a la venta de saldos. Este tipo de establecimientos no podrá anunciarse únicamente con la denominación de «outlet» sino que deberá añadir el término «saldos».

b) El establecimiento comercial individual o colectivo dedicado de forma permanente y exclusiva a la venta de excesos de producto o de temporada. Los productos deberán haber sido ofertados en condiciones normales en establecimientos comerciales carentes de esta denominación.

c) La venta efectuada directamente por el fabricante al consumidor final en establecimientos comerciales individuales o colectivos, no pudiendo realizarse en el propio recinto fabril o en almacenes.

2. En los supuestos regulados en la letra b) del apartado anterior no podrán ser ofertados productos de fabricación de la temporada en curso hasta un mes después de haber finalizado el periodo oficial de rebajas de la temporada de que se trate.

3. A los supuestos regulados en la letra a) del apartado 1 de este artículo les será de aplicación lo dispuesto en el capítulo III del título IV de la presente Ley.

4. Salvo en los supuestos previstos en la letra c) del apartado 1 de este artículo, en los productos ofertados en el outlet deberán figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior de venta en establecimiento comercial ordinario junto al precio actual de venta en establecimiento comercial outlet; este último precio deberá ser inferior al fijado en establecimiento ordinario.

CAPÍTULO II

Ordenación comercial

Artículo 26. *Ordenación y equipamientos comerciales.*

1. Se entiende por ordenación comercial el conjunto de actuaciones llevadas a cabo por la administración a los efectos de lograr, considerando siempre razones imperiosas de interés general, la adecuada vertebración de la actividad comercial, así como el desarrollo equilibrado y sostenible de la actividad comercial compatible con la adecuada distribución y ordenación del territorio y con la protección al medio ambiente.

2. El equipamiento comercial de los municipios de Galicia está constituido por el conjunto de establecimientos comerciales, tanto de carácter individual como colectivo, ubicados en su territorio.

Artículo 27. *Uso comercial del suelo.*

1. Con carácter general, el planeamiento general de ordenación municipal de cada municipio ordenará específicamente los usos comerciales, garantizando una adecuada protección de los entornos urbanos que asegure la necesaria accesibilidad de toda la población a una oferta comercial suficiente y la protección del medio ambiente.

En los supuestos de insuficiencia de las previsiones de los instrumentos de ordenación urbanística, en particular, cuando esté motivada por la falta de adaptación de estos instrumentos a la normativa urbanística y comercial en vigor, la consejería competente en materia de comercio, previa audiencia del municipio o municipios afectados, podrá impulsar planes y proyectos sectoriales de incidencia supramunicipal destinados a regular la implantación de equipamientos comerciales, cuando su incidencia trascienda del término municipal en el que se ubiquen, por su magnitud, importancia, demanda social o especiales características.

2. A los efectos de lo previsto en el apartado anterior, la ordenación territorial y urbanística, al ordenar los usos comerciales, destinará suelo adecuado y suficiente para atender las necesidades de la población, prestando especial atención a la densidad comercial, intentando conseguir el equilibrio del territorio.

3. En los sectores de suelo urbanizable y los polígonos de suelo urbano no consolidado, para los cuales se prevean usos residenciales, aun cuando estos usos no sean mayoritarios, los planes establecerán una reserva mínima de edificabilidad para uso comercial acorde a la establecida en la normativa urbanística aplicable.

4. A los efectos de la ordenación comercial, la consejería competente en materia de urbanismo, con ocasión del informe preceptivo que proceda al correspondiente instrumento de ordenación territorial o urbanística, se referirá expresamente al cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo.

CAPÍTULO III

De la autorización comercial autonómica

Artículo 28. *Apertura de establecimientos comerciales.*

1. No será exigible licencia para el inicio y desarrollo de las actividades comerciales objeto de la presente ley ni para el cambio de titularidad. En estos casos bastará la comunicación previa prevista en la Ley del emprendimiento de Galicia y en la normativa urbanística, si procede.

2. Los ayuntamientos respectivos serán competentes para la comprobación, inspección, sanción y demás medidas de control para garantizar que el ejercicio de la actividad o la ejecución de la obra o instalación se adecuan a la normativa vigente, también en el caso de las sometidas a autorización comercial autonómica. Deberán establecer y planificar los procedimientos de comunicación necesarios, así como los de verificación posterior del cumplimiento de los requisitos precisos para el ejercicio de la actividad y su control posterior.

Artículo 29. *Actividades sujetas a autorización comercial autonómica.*

1. El sometimiento a la autorización comercial autonómica de la instalación de establecimientos comerciales tiene como finalidad garantizar la adecuada integración territorial del establecimiento comercial a través de su planificación urbanística y de la ejecución previa de las infraestructuras y dotaciones necesarias, su compatibilidad desde el punto de vista de la protección del medio ambiente y la accesibilidad de los ciudadanos a estos equipamientos en condiciones adecuadas.

Atendiendo a dicha finalidad, únicamente precisará autorización comercial autonómica la instalación, ampliación y traslado de los establecimientos comerciales individuales o colectivos que destinándose al comercio detallista de cualquier clase de artículos tengan una incidencia ambiental, territorial, urbanística y en el sistema viario que trascienda el término municipal en que se ubiquen, por su magnitud, importancia y características.

2. A estos efectos, se entiende que únicamente tienen incidencia supramunicipal, y por tanto están sujetos a autorización comercial autonómica, la instalación y traslado de los establecimientos comerciales cuya superficie útil de exposición y venta al público sea igual o superior a 2.500 metros cuadrados por el impacto territorial, urbanístico, viario y medioambiental generado. También será preceptiva la citada autorización en el caso de ampliaciones de establecimientos comerciales cuando la superficie resultante tras la ampliación sea igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

3. No precisan autorización comercial autonómica:

a) Los establecimientos individuales dedicados a la exposición y venta de automóviles, embarcaciones y otros vehículos, maquinaria industrial o agrícola, materiales para la construcción y artículos de saneamiento, que requieran un gran espacio físico.

b) Los mercados municipales y los denominados centros comerciales abiertos.

4. Serán nulas de pleno derecho las licencias municipales de edificación y uso del suelo y de actividad otorgadas para la instalación, ampliación o traslado de establecimientos comerciales que precisando autorización comercial autonómica de acuerdo con lo establecido en esta ley hayan sido otorgadas sin ella.

Artículo 30. *Superficie útil de exposición y venta al público.*

1. Se entiende por superficie útil de exposición y venta al público toda aquella superficie donde se celebren actividades de ventas e intercambio comercial.

2. En particular, se entienden incluidos entre los espacios definidos en el apartado anterior los siguientes:

a) Los mostradores, estantes, vitrinas, escaparates, góndolas, islas, cámaras o murales accesibles al público, destinados a la presentación de los artículos, así como los probadores.

b) Los espacios de venta, exteriores e interiores.

c) Las escaleras, pasillos y cualquier otro espacio destinado a la permanencia y tránsito de personas, precisos para el acceso a los artículos.

d) La línea de las cajas registradoras, así como la zona entre estas y la salida, siempre que en la misma se desarrolle alguna técnica de promoción comercial, directa o indirecta.

3. Se excluyen expresamente de la superficie útil de exposición y venta al público aquellas superficies destinadas a las finalidades siguientes:

a) Las dependencias o instalaciones no accesibles al público en general, en las cuales non se desarrolle actividad comercial directa.

b) Las zonas de estacionamiento, siempre que en las mismas no se desarrolle actividad comercial alguna.

c) Las zonas destinadas permanentemente a la restauración y desarrollo de actividades lúdicas.

Artículo 31. *Solicitud de la autorización comercial autonómica.*

1. En el caso de un establecimiento comercial de carácter individual, la autorización comercial autonómica se solicitará por la persona que vaya a desarrollar efectivamente la actividad comercial.

2. En el caso de un establecimiento comercial de carácter colectivo, la autorización comercial autonómica deberá ser solicitada por la persona promotora. Si en el establecimiento comercial colectivo se integran establecimientos que individualmente precisan autorización comercial con arreglo a lo dispuesto en el artículo 29 de la presente Ley, estos deberán solicitar individualmente autorización comercial autonómica en el supuesto de no estar incluidos en el proyecto colectivo presentado por la persona promotora.

Artículo 32. *Procedimiento para la obtención de la autorización comercial autonómica y su valoración.*

1. La autorización comercial autonómica será concedida mediante resolución de la persona titular de la consejería competente en materia de comercio. El procedimiento para el otorgamiento de dicha autorización se tramitará ante la dirección general competente en materia de comercio e integrará la intervención de la administración urbanística, cuando esta resulte preceptiva, y del resto de las administraciones con competencias sectoriales afectadas.

2. La concesión de la autorización comercial autonómica estará basada en los siguientes criterios de interés general, cuyo cumplimiento estará debidamente justificado en el proyecto:

a) La adecuación de la nueva implantación a los instrumentos de ordenación del territorio que, en su caso, resulten de aplicación.

b) La viabilidad urbanística, teniendo en cuenta la plena concordancia del establecimiento proyectado con las determinaciones establecidas en el plan general y los instrumentos de desarrollo y gestión urbanística y el resto de normas de competencia municipal.

c) El adecuado cumplimiento de la normativa reguladora en materia de accesibilidad, circulación y movilidad recogidas en el proyecto y la previsión de mejora de las infraestructuras que permitan la fluidez del tráfico rodado generado por la implantación comercial en el supuesto de que las existentes no resulten adecuadas.

d) La disposición de, al menos, una plaza de aparcamiento por cada 20 m² de superficie útil de exposición y venta al público. Esta previsión será desarrollada mediante reglamento, cuya aprobación condicionará el momento de su entrada en vigor, estableciendo los supuestos en que podrá excepcionarse este criterio de valoración. Asimismo, deberá contemplarse la reserva de plazas para personas discapacitadas en los términos que establece la normativa vigente.

e) El establecimiento de líneas de transporte colectivo que descongestionen el tráfico rodado y permitan acceder en adecuadas condiciones de regularidad e intensidad a la implantación comercial cuando las existentes no resulten suficientes.

f) La viabilidad y legalidad ambiental del proyecto con cumplimiento de la normativa vigente en materia ambiental, que contemplará la adopción de medidas positivas de protección ambiental que reduzcan la contaminación acústica, la emisión de gases de efecto invernadero y la producción de residuos, su gestión mediante procedimientos de valorización, preferentemente mediante reciclaje y reutilización y la utilización del agua, la energía, las materias primas y otros recursos de manera eficiente. Este criterio se acreditará de la forma establecida en la letra b) del apartado 3 del presente artículo.

3. Completada la documentación, el órgano instructor solicitará los siguientes informes:

a) Informe de la consejería competente en materia de ordenación del territorio y urbanismo sobre el cumplimiento de los criterios establecidos en la letra a) del apartado anterior.

b) Declaración de impacto ambiental, que constituirá la acreditación del cumplimiento del criterio f) del apartado anterior.

A tales efectos, los proyectos de instalación de establecimientos comerciales que necesiten autorización comercial autonómica se someterán en todo caso a los trámites de evaluación de impacto ambiental. El procedimiento correspondiente quedará integrado en el de otorgamiento de la autorización comercial, y el órgano substantivo será la consejería competente en materia de comercio. Durante la tramitación de la evaluación de impacto se entiende suspendido el procedimiento para resolver la autorización autonómica.

c) Informe de la consejería competente en materia de transporte sobre la existencia y suficiencia del transporte interurbano previsto en el criterio e) del apartado anterior.

d) Licencia urbanística, en el caso de que esta resultase preceptiva, e informe del ayuntamiento en cuyo término municipal se pretenda instalar el establecimiento comercial, que deberá pronunciarse sobre el cumplimiento de los criterios b), c), d) y e) del apartado anterior, además del cumplimiento de todas las normas que habilitan la apertura del establecimiento.

A estos efectos, en el supuesto de que la licencia de obra sea preceptiva, el procedimiento correspondiente quedará integrado en el de otorgamiento de la autorización comercial autonómica. Durante la tramitación municipal de la licencia de obra se entiende suspendido el procedimiento para resolver la autorización autonómica.

4. Transcurridos dos meses desde que se tenga constancia de la recepción de la petición de cada informe sin que exista pronunciamiento expreso a tal efecto, podrán proseguirse las actuaciones, presumiéndose que aquellos son favorables. No obstante, en el supuesto de ausencia del informe previsto en la letra d), se podrá solicitar la información complementaria que resulte precisa y que conste a disposición de la consejería competente en materia de urbanismo y transporte.

5. Completado el expediente con la documentación exigida en los puntos anteriores, se remitirá a la Comisión Consultiva prevista en el artículo 18.5 de la presente ley, con el objeto de que efectúe la propuesta de resolución. La Comisión Consultiva podrá, en este trámite, solicitar ampliación o aclaración de los informes emitidos.

6. El plazo para resolver el procedimiento de autorización comercial autonómica será de tres meses desde que la documentación completa entre en el registro del órgano competente para su tramitación, incluido el justificante de abono de las correspondientes tasas. Transcurrido el plazo para resolver el procedimiento sin que hubiese recaído resolución expresa, la solicitud se entenderá estimada por silencio administrativo.

7. Reglamentariamente se establecerá el procedimiento de concesión de la autorización comercial autonómica prevista en la presente ley.

Artículo 33. *Simplificación administrativa e integración de procedimientos.*

(Derogado).

Artículo 34. *Vigencia de la autorización comercial.*

1. La vigencia de la autorización comercial autonómica tendrá carácter indefinido.

2. Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado anterior, la autorización concedida caducará en el caso de que el proyecto de instalación del establecimiento comercial autorizado no se llevase a cabo en el plazo de un año, a contar desde que finalice el plazo indicado en el calendario presentado para su realización. Non obstante, la persona interesada podrá solicitar, mediante escrito motivado y con anterioridad a la terminación del plazo del año citado, la prórroga de este por un periodo máximo de seis meses.

TÍTULO III

De los horarios comerciales

CAPÍTULO ÚNICO

Horarios comerciales

Artículo 35. *De los horarios comerciales.*

En lo que afecta a la regulación de los horarios comerciales, estos se regirán por la Ley específica de la Comunidad Autónoma de Galicia en esta materia.

TÍTULO IV

De las actividades de promoción de ventas

CAPÍTULO I

Normas generales

Artículo 36. *Concepto.*

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por promoción de ventas aquella en que la oferta comercial efectuada por la persona comerciante a las personas consumidoras se realiza en condiciones más ventajosas que las habituales con el propósito de dar a conocer un nuevo producto o establecimiento o de conseguir un aumento de venta de los productos existentes.

2. Tendrán la consideración de actividades de promoción de ventas las ventas en rebajas, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con descuento, las ventas con obsequio y las ofertas de ventas directas.

3. No podrán emplearse las citadas denominaciones u otras semejantes para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal o generen confusión con otra distinta.

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

5. Reglamentariamente podrán desarrollarse las condiciones y los requisitos aplicables a las distintas actividades comerciales de promoción de ventas fijadas en la presente Ley.

Artículo 37. *Requisitos generales.*

Las actividades promocionales de ventas deberán ajustarse a los requisitos siguientes:

a) Los artículos no podrán ser adquiridos con el fin exclusivo de ser incluidos en las promociones comerciales, excepto la promoción para el lanzamiento de nuevos productos.

b) La persona comerciante deberá proporcionar información clara, veraz y suficiente sobre el contenido y las condiciones de sus actividades promocionales, expresando, como mínimo, el periodo de vigencia de la promoción, el tipo de promoción que realiza y, en su caso, las reglas especiales aplicables a la misma.

c) Cuando las actividades de promoción de ventas no comprendieran, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, entendiéndose como artículo la unidad de producto individualmente comercializada, la práctica de la correspondiente promoción no podrá anunciarse como una medida general, sino referida exclusivamente a los productos o grupos de productos a los que realmente afecte.

d) Siempre que se oferten productos a precio reducido, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto al precio reducido o, en substitución de este último,

el porcentaje de reducción aplicado, a menos que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez, en cuyo caso no podrá hacerse ninguna referencia, cuantitativa ni porcentual, que sugiera algún tipo de descuento.

Se entenderá por precio anterior el que se venía aplicando sobre artículos idénticos durante un periodo continuado de, al menos, treinta días en el curso de los seis meses precedentes.

Sin perjuicio de lo anterior, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de productos puestos a la venta con anterioridad por la persona comerciante, bastará con el anuncio genérico de dicha reducción, sin necesidad de que conste individualmente en cada producto ofertado.

e) Los productos ofertados en las actividades promocionales, excepto los saldos, deberán tener las mismas características y someterse a las mismas condiciones contractuales que las existentes con anterioridad al periodo de vigencia de la actividad promocional. En el caso de que se ofertasen productos a precio normal y reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados o señalados, de forma que no puedan confundirse o inducir, razonablemente, a error entre los que son objeto de un precio reducido y los que no. Se distinguirá, en su caso, la existencia de cada una de las modalidades promocionales en un mismo establecimiento.

f) La persona comerciante estará obligada a admitir los mismos medios de pago que acepta habitualmente en el desarrollo de su actividad comercial.

g) Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 44.2 de la presente Ley, las personas comerciantes deberán comunicar al departamento territorial de la consejería competente en materia de comercio, con carácter previo a su inicio, las actividades de promoción de ventas que pretendan llevar a cabo durante el mes que preceda a la fecha del inicio de la venta en rebajas. Esta comunicación habrá de indicar las condiciones aplicables a la actividad promocional de que se trate, así como su duración y los productos objeto de promoción.

CAPÍTULO II

Ventas en rebajas

Artículo 38. *Concepto.*

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por ventas en rebajas las realizadas por comerciantes en determinadas épocas del año, generalmente vinculadas a periodos estacionales y fin de temporada, cuando los artículos objeto de las mismas se oferten, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dichas ventas como consecuencia del final de una temporada comercial.

2. Queda prohibida la utilización de la denominación de venta en rebajas con relación a artículos deteriorados, adquiridos para esta finalidad o que no hayan estado dispuestos en el establecimiento para la venta a la persona consumidora final con un mes de antelación a la fecha de su inicio.

3. Los productos objeto de venta en rebajas no podrán haber sido objeto de actividad promocional de venta alguna en el curso del mes que preceda a la fecha de inicio de la venta en rebajas.

Artículo 39. *Temporada de rebajas.*

La consejería competente en materia de comercio, previo informe del Consejo Gallego de Comercio, determinará, mediante orden, los periodos o temporadas de rebajas, que solo podrán ser dos al año con una duración mínima de una semana y máxima de dos meses.

Artículo 40. *Condiciones.*

1. 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.

2. Las fechas de comienzo y final de rebajas, libremente elegidas por las personas comerciantes, dentro del periodo legalmente establecido, se indicarán en sitio visible al público, incluso cuando los establecimientos comerciales permanezcan cerrados.

3. 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.

CAPÍTULO III

Ventas de saldo

Artículo 41. *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 de los mismos, sin que el producto tenga esta consideración por el hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

2. No podrá calificarse como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para las personas consumidoras, ni la de aquellos productos que no se vendan realmente por precio inferior al habitual.

3. Tampoco podrá calificarse como venta de saldos aquella en que los artículos no hubieran pertenecido a la persona comerciante cuatro 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, que serán los únicos que podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos.

Artículo 42. *Condiciones.*

1. Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación.

2. La venta de saldos deberá publicitarse señalando, al menos, las circunstancias y causas concretas que la motivan; en particular habrá de hacerse constar, de manera precisa y ostensible, cuando se tratase de artículos deteriorados o defectuosos, a fin de ser fácilmente identificables por las personas consumidoras.

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

Ventas en liquidación

Artículo 43. *Concepto.*

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

a) Cesación total o parcial de la actividad comercial. En caso de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.

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

c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo que requieran el cierre del local.

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 hubieran formado parte de las existencias del establecimiento o aquellos que fueron adquiridos por la persona comerciante con objeto de incluirlos en la propia liquidación.

3. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación en caso de que desaparezca la causa que la motivó o en caso de que se liquiden efectivamente los productos objeto de la venta.

Artículo 44. Condiciones.

1. Las ventas en liquidación deberán efectuarse en el mismo establecimiento comercial o locales afectados donde los productos hayan sido habitualmente objeto de venta, salvo en los casos de fuerza mayor, de resolución judicial o administrativa que lo impida o cuando las causas que hubiesen originado dicha venta así lo exigieran, limitándose a los artículos que formen parte de las existencias del establecimiento.

2. Para que pueda tener lugar una liquidación será preciso que, con quince días de antelación, se comunique al departamento territorial de la consejería competente en materia de comercio, precisando la causa que motiva la venta de liquidación, la fecha de su comienzo, la duración y la fecha de finalización. Habrá de exhibirse en lugar visible del establecimiento comercial una copia de esta comunicación.

3. Los anuncios de liquidación, tanto en el punto de venta como en la publicidad que se lleve a cabo, deberán expresar la causa de la misma, así como la fecha de comienzo y la duración de la liquidación.

Artículo 45. Duración.

1. La duración máxima de la venta en liquidación será de seis 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, la persona vendedora no podrá ejercer el comercio en la misma localidad sobre productos similares a los que hubieran sido objeto de liquidación, por cualquiera de los motivos señalados en las letras a) y b) del apartado 1 del artículo 43.

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

Ventas con descuento

Artículo 46. Concepto.

1. A los efectos de la presente 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 una persona comerciante sobre un determinado producto o grupo de productos.

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

Artículo 47. Condiciones.

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

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 habrá de acreditarse aportando el oportuno proyecto técnico.

b) (Suprimido)

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

Cuando esta actividad fuera 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, salvo en los establecimientos de alimentación.

d) Todo anuncio de venta con descuento deberá especificar su duración y, en su caso, las reglas que se aplicarán. Asimismo, deberá indicar los productos afectados, salvo para el supuesto de que se celebre este tipo de promoción en un establecimiento remodelado y que se hallen incluidos en la referida promoción, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta.

CAPÍTULO VI

Ventas con obsequio

Artículo 48. *Concepto.*

1. Se consideran ventas con obsequio aquellas que con la finalidad de promover las ventas ofertan, ya sea de forma automática o bien mediante la participación en un sorteo o concurso, un premio, cualquiera que sea la naturaleza de este.

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. Las ventas con obsequio o prima se reputan desleales en los supuestos previstos en la Ley de competencia desleal.

Artículo 49. *Condiciones.*

Las ventas con obsequio o prima deberán cumplir los requisitos o condiciones siguientes:

a) Durante el periodo de duración de la venta con obsequio queda prohibido modificar el precio al alza, así como disminuir la calidad del producto.

b) El número de existencias con las que ha de contar la persona comerciante para afrontar la entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltorio del artículo de que se trate o, en su defecto, estar debidamente acreditadas ante notario, siendo obligatoria la difusión de las personas ganadoras de los premios vinculados a la oferta.

c) En la comunicación obligatoria a cualquier persona de que fue agraciada con un premio se deberá señalar clara y expresamente que no se encuentra condicionada a la adquisición de producto o servicio alguno. La comunicación de esta circunstancia impedirá que la persona comerciante pueda exigir la adquisición de un producto o servicio como condición para la entrega del premio.

d) Los bienes y servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales deberán entregarse a la persona compradora en el momento de la compra o en un plazo máximo de tres meses, a contar desde que tal compradora reúna los requisitos exigidos. Todo sorteo, apuesta o concurso en que se exija a la persona participante un desembolso inicial estará sujeto a la legislación vigente del juego, salvo que el sorteo o concurso se ofrezca como obsequio con la compra de productos.

e) Cuando el ofrecimiento se realizara en los envases de los productos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

f) En el caso de que los obsequios ofrecidos formaran parte de un conjunto o colección, la empresa responsable de la oferta estará obligada a cambiar cualquiera de aquellos por otro distinto, excepto que en la oferta pública del incentivo se estableciera otro procedimiento para obtener las diferentes piezas de la colección.

g) Las ventas con obsequio se ajustarán a lo dispuesto en la legislación vigente para la defensa de las personas consumidoras y usuarias y en la normativa de aplicación en materia de comercio.

h) Se considerará engañosa la oferta de productos con premio o regalo cuando las personas consumidoras no recibieran real y efectivamente lo que sea de esperar de acuerdo con la oferta realizada.

CAPÍTULO VII

Oferta de venta directa

Artículo 50. *Concepto.*

Se entenderá que existe una oferta de venta directa cuando una persona fabricante o mayorista ofrezca sus productos al consumidor o consumidora final invocando tal condición.

Artículo 51. *Condiciones.*

1. La venta no podrá realizarse en el recinto fabril o almacén, sino que deberá realizarse en un establecimiento comercial específicamente habilitado a tal fin.

2. Queda prohibido que en la oferta al público de mercancías de cualquier clase se invoque por la persona vendedora su condición de fabricante o mayorista, salvo que reúna las circunstancias siguientes:

a) Que, en el primer caso, fabrique realmente la totalidad de los productos puestos a la venta y, en el segundo, realice sus operaciones de venta, fundamentalmente a comerciantes minoristas.

b) Que los precios ofertados sean los mismos que se aplican a las personas comerciantes mayoristas o minoristas, según los casos.

TÍTULO V

De las modalidades especiales de venta

CAPÍTULO I

Generalidades

Artículo 52. *Concepto.*

Se consideran ventas especiales aquellas no realizadas en un establecimiento comercial abierto al público de manera permanente y, especialmente, las ventas a domicilio, las ventas a distancia, las ventas automáticas, las ventas ambulantes, las ventas en subasta pública y las ventas ocasionales.

Artículo 53. *Requisitos de los establecimientos comerciales.*

Las personas comerciantes que se dediquen a la realización de cualquiera de las modalidades de venta señaladas en el artículo anterior deberán disponer de las autorizaciones o acreditaciones, en cada caso, precisas para su realización, estarán obligadas a cumplir los preceptos de la presente Ley, así como todos los requisitos establecidos en su normativa específica aplicables a los objetos de venta, en particular en materia de sanidad y seguridad.

CAPÍTULO II

Ventas a domicilio

Artículo 54. *Concepto.*

1. Se consideran ventas domiciliarias aquellas formas de distribución comercial ejercidas por comerciantes suficientemente identificados, en los que estos toman la iniciativa de venta, proponiéndose o concluyéndose los contratos con la persona compradora en su domicilio particular o lugar de trabajo, en el que se presentan la persona vendedora, los empleados y empleadas o representantes de ella.

2. Se asimilarán a las ventas a domicilio y quedan sometidas a su mismo régimen:

a) Las denominadas ventas en reuniones, en las que la oferta de las mercancías se efectúa mediante demostración practicada ante una o varias personas, en reunión ocasionalmente organizada por una de ellas en su propio domicilio a petición de la persona vendedora.

b) Las realizadas durante una excursión organizada por la persona comerciante.

3. No se consideran comprendidos en dicho concepto los repartos a domicilio de mercancías adquiridas en establecimientos permanentes, ni las entregas a domicilio de mercancías basadas en la existencia de un contrato de suministro entre la clientela y quien realiza el reparto o su persona principal.

4. En ningún caso podrán venderse a domicilio bebidas, productos alimenticios ni cualesquiera otros a los que su normativa reguladora prohíba expresamente su puesta en el mercado mediante este sistema de venta, así como los que, por su forma de presentación u otras circunstancias, no cumplan las normas técnico-sanitarias o de seguridad que les sean de aplicación.

Artículo 55. Condiciones.

1. Las personas comerciantes que ejerzan este tipo de ventas tendrán que reunir, además de las condiciones generales para el ejercicio de las actividades comerciales señaladas en el artículo 5 de la presente Ley, todos aquellos requisitos establecidos en las regulaciones específicas aplicables a los productos objeto de venta.

2. La publicidad de la oferta, que habrá de ser entregada a la persona consumidora, incluirá la identificación de la empresa vendedora y los datos esenciales del producto, de forma que permitan su identificación inequívoca en el mercado, así como el precio, la forma y condiciones de pago, los gastos y el plazo de envío.

3. La persona vendedora está obligada a poner en conocimiento de la persona consumidora, por escrito, el derecho que la asiste de disponer de un periodo de reflexión, no inferior a siete días, durante el cual puede decidir la devolución del producto de que se trate y recibir las cantidades que haya entregado, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente en materia de protección de las personas consumidoras, en el caso de los contratos realizados fuera de los establecimientos comerciales.

CAPÍTULO III

Ventas a distancia

Artículo 56. Concepto.

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea de las personas compradoras y vendedoras, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por la persona vendedora.

En particular, estarán incluidas en este concepto las ventas por teléfono, las ventas por correspondencia, ya sea mediante envío postal, por catálogo, a través de impresos o por anuncios en la prensa, las ventas ofertadas por el llamado sistema de telecompra o por cualquier otro medio que se desarrolle en el futuro de similares características.

2. Lo dispuesto en el presente capítulo no será de aplicación a:

a) Las ventas celebradas mediante distribuidores automáticos o locales comerciales automatizados.

b) Las ventas celebradas en subastas, excepto las efectuadas por vía electrónica.

3. Lo dispuesto en los artículos 58.1, 59, 62.1, 63 y 65 no será de aplicación a los contratos de suministro de productos alimenticios, de bebidas o de otros bienes del hogar de consumo corriente suministrados en el domicilio de la persona consumidora, en su residencia o en su lugar de trabajo por distribuidores que realicen visitas frecuentes y regulares.

4. Cuando la contratación a distancia de bienes o servicios se lleve a cabo a través de medios electrónicos se aplicará, preferentemente, la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

Artículo 57. Comunicación.

(Derogado).

Artículo 58. Propuesta de contratación.

1. En todas las propuestas de contratación deberá constar inequívocamente que se trata de una propuesta comercial. En el caso de comunicaciones telefónicas, deberá precisarse explícita y claramente, al principio de cualquier conversación, a la persona compradora la identidad de la persona vendedora y la finalidad comercial de la llamada.

2. La utilización por parte de la persona vendedora de las técnicas de comunicación que consistan en un sistema automatizado de llamada sin intervención humana o en un telefax necesitará el consentimiento previo de la persona compradora.

3. En todo caso, deberán cumplirse las disposiciones vigentes sobre condiciones generales de contratación, protección de las personas menores y respeto a la intimidad. Cuando se utilicen datos personales procedentes de fuentes accesibles al público para la realización de comunicaciones comerciales, se proporcionará a la persona destinataria la información señalada en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal.

Artículo 59. Información previa.

1. Antes de iniciar el procedimiento de contratación y con la antelación necesaria, la persona vendedora deberá suministrar a la consumidora, de forma veraz, eficaz y suficiente, la información siguiente:

- a) La identidad de la persona oferente y su dirección.
- b) Las características esenciales del producto.
- c) El precio, incluidos los impuestos.
- d) Los gastos de entrega y transporte, en su caso.
- e) La forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución.
- f) La existencia de un derecho de desistimiento o resolución, o su ausencia en los contratos a que se refiere el apartado 9 del artículo 63 de la presente ley.
- g) El coste de la utilización de la técnica de la comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.
- h) El plazo de validez de la oferta y del precio.
- i) La duración mínima del contrato, si procede, cuando se trate de contratos de suministro de productos destinados a su ejecución permanente o repetida.
- j) Las circunstancias y condiciones en que la persona vendedora podría suministrar un producto de calidad y precios equivalentes, en sustitución del solicitado por la consumidora, cuando se quiera prever esta posibilidad.
- k) En su caso, indicación de si la persona vendedora dispone o está adherida a algún procedimiento extrajudicial de solución de conflictos.

2. La información contenida en el apartado anterior, cuya finalidad comercial ha de ser indudable, deberá facilitarse a la persona compradora de modo claro, comprensible e inequívoco, mediante cualquier técnica adecuada al medio de comunicación a distancia utilizado, y deberá respetar, en particular, el principio de buena fe en las transacciones comerciales, así como los principios de protección de quienes sean incapaces de contratar.

Artículo 60. Necesidad de consentimiento expreso.

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

2. En caso de que la persona vendedora enviase a la destinataria de la oferta el producto ofertado sin aceptación explícita de esta, se aplicará lo dispuesto en el artículo siguiente.

Artículo 61. *Prohibición de envíos non solicitados.*

1. Queda prohibido enviar a las personas consumidoras artículos o mercancías no pedidas por estas a la persona comerciante, cuando dichos suministros incluyan una petición de pago. En caso de que así fuese, y sin perjuicio de la infracción que tal conducta suponga, la persona receptora de tales artículos no estará obligada a su devolución, ni podrá reclamársele el precio. Y en el supuesto de que decida devolverlo, no deberá indemnizar por los daños y deméritos que presente el producto.

2. No será de aplicación lo dispuesto en el apartado anterior cuando quede claramente de manifiesto a la persona receptora que el envío no solicitado se debía a un error, correspondiendo a la persona vendedora la carga de la prueba. La persona receptora tendrá derecho a ser indemnizada por los gastos y por los daños y perjuicios que se le hubieran ocasionado.

Artículo 62. *Ejecución y pago.*

1. Salvo en el supuesto de que las partes hayan acordado otra cosa, la persona vendedora deberá ejecutar el pedido a más tardar en el plazo de treinta días a partir del día siguiente a aquel en que la persona compradora le haya comunicado su pedido.

2. En caso de no ejecución del contrato por parte de la persona vendedora por no encontrarse disponible el bien objeto del pedido, la persona compradora deberá ser informada de esta falta de disponibilidad y deberá poder recuperar lo antes posible, y en cualquier caso en un plazo de treinta días como máximo, las sumas que haya abonado. En el supuesto de que la persona vendedora no realice este abono en el plazo señalado, la persona compradora podrá reclamar que se le pague el doble de la suma adeudada, sin perjuicio a su derecho a ser indemnizada por los daños y perjuicios sufridos en lo que excedan de dicha cantidad.

3. De no hallarse disponible el bien objeto del pedido, cuando la persona compradora hubiera sido informada expresamente de tal posibilidad, la persona vendedora podrá suministrar, sin aumento de precio, un producto de características similares que tenga la misma o superior calidad. En este caso, la persona compradora podrá ejercer sus derechos de desistimiento o resolución en los mismos términos que si se tratara del bien inicialmente requerido.

Artículo 63. *Derecho de desistimiento.*

1. La persona compradora dispondrá de un plazo mínimo de siete días hábiles para desistir del contrato sin penalización alguna y sin indicación de los motivos. Será la ley del lugar donde se haya entregado el bien la que determine qué días han de tenerse por hábiles.

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

3. El derecho de desistimiento de la persona compradora no puede implicar la imposición de penalidad alguna, si bien podrá exigirse de la persona compradora que se haga cargo del coste directo de devolución del producto a la persona vendedora.

No obstante lo anterior, en los supuestos en que la persona vendedora pueda suministrar un producto de calidad y precio equivalentes, en sustitución del solicitado por la persona consumidora, los costes directos de devolución, si se ejerce el derecho de desistimiento, serán por cuenta de la persona vendedora, que ha debido informar de ello a la consumidora.

Serán nulas de pleno derecho las cláusulas que impongan a la persona consumidora una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento o la renuncia al mismo.

4. A los efectos del ejercicio del derecho de desistimiento, el plazo se calculará a partir del día de recepción del bien, siempre que se haya cumplido el deber de información que impone el artículo 59.

5. En el caso de que la persona vendedora no haya cumplido con tal deber de información, la persona compradora podrá resolver el contrato en el plazo de tres meses, a contar desde aquel en el que se entregó el bien. Si la información a que se refiere el artículo 59 se facilita durante el citado plazo de tres meses, el periodo de siete días hábiles para el desistimiento empezará a correr desde ese momento. Cuando la persona compradora ejerza

su derecho a resolver el contrato por incumplimiento del deber de información que incumbe a la persona vendedora, no podrá esta exigir que aquella se haga cargo de los gastos de devolución del producto.

6. Cuando la persona compradora haya ejercido el derecho de desistimiento o el de resolución conforme a lo establecido en el presente artículo, la persona vendedora estará obligada a devolver las sumas abonadas por aquella sin retención de gastos. La devolución de estas sumas deberá efectuarse lo antes posible y, en cualquier caso, en un plazo máximo de treinta días desde el desistimiento o la resolución. Corresponde a la persona vendedora la carga de la prueba sobre el cumplimiento del plazo. Transcurrido el mismo sin que la persona compradora haya recuperado la suma adeudada, tendrá derecho a reclamarla duplicada, sin perjuicio de que además se le indemnicen los daños y perjuicios que se le hayan causado en lo que exceda de dicha cantidad.

7. En el caso de que el precio haya sido total o parcialmente financiado mediante un crédito concedido a la persona compradora por parte de la persona vendedora o por parte de un tercero previo acuerdo de este con la persona vendedora, el ejercicio del derecho de desistimiento o de resolución contemplados en este artículo implicará al tiempo la resolución del crédito sin penalización alguna para la persona compradora.

8. El transcurso del plazo del derecho de desistimiento sin ejecutarlo no será obstáculo para el posterior ejercicio de las acciones de nulidad o resolución del contrato cuando procedan conforme a derecho.

9. Salvo pacto en contrario, lo dispuesto en el presente artículo no será de aplicación a los supuestos siguientes:

a) A los contratos de suministro de productos cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que la persona vendedora no pueda controlar.

b) A los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a especificaciones de la persona consumidora o claramente personalizados, o que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez.

c) A los contratos de suministro de grabación sonora o de vídeo, de discos y de programas informáticos que hubiesen sido desprecintados por la persona consumidora, así como de ficheros informáticos suministrados vía electrónica, susceptibles de ser descargados o reproducidos con carácter inmediato para su uso permanente.

d) A los contratos de suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas.

Artículo 64. Pago mediante tarjeta.

1. Cuando el importe de una compra hubiese sido cargado fraudulenta o indebidamente utilizando el número de una tarjeta de pago, la persona titular de la misma podrá exigir la inmediata anulación del cargo. En tal caso, las correspondientes anotaciones de adeudo y reabono en las cuentas de la persona proveedora y de la persona titular se efectuarán a la mayor brevedad.

2. Sin embargo, si la compra hubiese sido efectivamente realizada por la persona titular de la tarjeta y la exigencia de devolución no fuera consecuencia de haberse ejercido el derecho de desistimiento o de resolución reconocido en el artículo 63 y, por tanto, hubiese exigido indebidamente la anulación del correspondiente cargo, aquella quedará obligada frente a la persona vendedora al resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados como consecuencia de dicha anulación.

Artículo 65. Información.

1. Además de la información señalada en el artículo 59, la persona consumidora deberá haber recibido, a la ejecución del contrato, las siguientes informaciones y documentos:

a) Información escrita sobre las condiciones y modalidades de ejercicio de los derechos de desistimiento y resolución, así como un documento de desistimiento y revocación, identificado claramente como tal, que contenga el nombre y dirección de la persona a quien ha de enviarse y los datos de identificación del contrato y de las personas contratantes a que se refiere.

b) La dirección del establecimiento de la persona vendedora donde la persona compradora pueda presentar sus reclamaciones.

- c) Información relativa a los servicios postventa y a las garantías comerciales existentes.
- d) En el caso de celebración de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año, las condiciones de rescisión del contrato.

2. La información a que se refiere el apartado anterior deberá facilitarse por escrito o, salvo oposición expresa de la persona consumidora, en cualquier otro soporte duradero adecuado a la técnica de comunicación empleada y en la lengua utilizada en la propuesta de contratación.

Artículo 66. *Irrenunciabilidad de los derechos.*

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

Artículo 67. *Requisitos especiales.*

1. Los requisitos que deberán reunir las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la actividad de venta a distancia, al margen de los previstos en los artículos precedentes, así como de los señalados en el capítulo II del título I de la presente Ley, serán los siguientes:

- a) Cumplir los requisitos previstos en la normativa específica reguladora de los productos objeto de esta modalidad de venta.
- b) Llevar y tener a disposición de las autoridades competentes una relación autorizada de los productos que se comercializan, de sus ofertas, los centros de distribución y los domicilios sociales, así como de la recepción de pedidos y solicitudes de información.
- c) Tener los almacenes donde se encuentren los productos en las condiciones adecuadas, según lo establecido en la legislación vigente.

2. No pueden efectuarse envíos de ofertas en caso de implicar el sistema utilizado cualquier gasto para la persona destinataria, salvo que exista la solicitud previa de la oferta por parte de esta última.

CAPÍTULO IV
Ventas automáticas

Artículo 68. *Concepto.*

1. Se entiende por venta automática la forma de distribución detallista en la cual se pone a disposición de las personas consumidoras el producto o servicio para que estas lo adquieran mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

2. A los efectos de la presente Ley, no privará a una venta de su condición de automática el hecho de que el mecanismo de venta se halle instalado en un establecimiento comercial.

3. Todas las máquinas o mecanismos de venta automática deberán cumplir la normativa técnica que les resulte de aplicación.

Artículo 69. *Condiciones.*

1. A los efectos de protección de los consumidores y usuarios, las máquinas o mecanismos de venta automática deberán reunir los requisitos que reglamentariamente se determinen y en los mismos deberá figurar con claridad:

a) La información referida al producto y al comerciante que lo ofrece: el tipo de producto que expenden, su precio, la identidad del oferente, así como una dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones.

b) La información relativa a la máquina que expende el producto: el tipo de monedas que admite, las instrucciones para la obtención del producto deseado, así como la acreditación del cumplimiento de la normativa técnica aplicable.

c) Un sistema de recuperación automática de monedas y/o billetes para los supuestos de error, inexistencia de mercancías o mal funcionamiento de la máquina o mecanismo de venta.

2. En el caso de productos alimentarios, únicamente están autorizados para su venta automática los que estén envasados, los cuales llevarán la identificación que estuviere prescrita por la normativa vigente en materia de etiquetado y comercialización.

3. En el caso de que las máquinas o mecanismos de venta estuvieran instalados en un local destinado al desarrollo de una empresa o actividad privada, las personas titulares de la misma responderán solidariamente con la de la propia máquina frente a la persona compradora del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la venta automática.

CAPÍTULO V

Venta ambulante o no sedentaria

Artículo 70. *Concepto.*

1. Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por personas 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. Las ventas efectuadas dentro de los locales o recintos ocupados por un certamen ferial no tendrán la consideración de ambulante.

Artículo 71. *Tipología de venta ambulante o no sedentaria.*

A los efectos de la presente Ley, se entiende por:

a) Venta ambulante en mercados periódicos: aquella autorizada en los mercados ubicados en poblaciones, en lugares y espacios determinados, con una periodicidad habitual establecida. Dentro de este epígrafe están encuadradas, entre otras, las realizadas en ferias populares, mercadillos y rastros.

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

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

d) Venta ambulante en mercados ocasionales: aquella autorizada en mercados esporádicos, que se celebren 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.

Artículo 72. *Condiciones.*

1. El ejercicio de la venta ambulante, con las tipologías establecidas en el artículo anterior, estará sujeta a la obtención de licencia, correspondiendo a los ayuntamientos su autorización, conforme a lo dispuesto en la presente ley y en sus disposiciones de desarrollo. A tal fin, los ayuntamientos aprobarán las correspondientes ordenanzas municipales de venta ambulante, en las que se determinarán, como mínimo:

a) Los lugares y periodos en que pueda celebrarse la venta ambulante, así como la tipología admitida, habida cuenta de las características y necesidades de cada municipio y, especialmente, de los indicadores siguientes:

- 1.º) Densidad de tránsito y circulación.
- 2.º) Acceso a los locales comerciales o industriales, a sus escaparates o exposiciones.
- 3.º) Acceso a los edificios de uso público.
- 4.º) Condiciones para garantizar la adecuada sanidad e higiene.
- 5.º) Interés de las personas consumidoras.
- 6.º) Tradición y raigambre en el municipio de esta modalidad de venta.

b) Los requisitos para el ejercicio de la venta ambulante.

- c) El régimen de autorizaciones.
- d) La previsión del número de puestos o licencias.
- e) Los productos que podrán ser ofrecidos a la venta.
- f) La tasa a pagar por la concesión de la licencia.
- g) El régimen interno de funcionamiento del mercado, en su caso.
- h) La previsión del régimen sancionador.
- i) La relación de derechos y deberes de las personas comerciantes ambulantes.

2. Serán requisitos inexcusables para la concesión de la mencionada autorización de venta ambulante los siguientes:

- a) Estar dado o dada de alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social y, en su caso, en el impuesto de actividades económicas.
- b) Cumplir con los requisitos de las reglamentaciones de cada tipo de productos.
- c) Estar en posesión, en su caso, del certificado acreditativo de haber recibido formación en materia de manipulación de alimentos.
- d) Satisfacer las tasas y los tributos fijados en la correspondiente ordenanza municipal.
- e) Disponer de los permisos de residencia y trabajo que, en cada caso, fuesen exigibles, si se tratara de personas extranjeras.
- f) Las personas jurídicas deberán acreditar los siguientes extremos: el CIF, acta de constitución, estatutos y escritura de poder otorgada a la persona que firma la solicitud de autorización en representación de la empresa.
- g) Disponer de seguro de responsabilidad civil.

Artículo 73. *Sección de comerciantes ambulantes del Registro Gallego de Comercio.*

(Derogado).

Artículo 74. *Productos objeto de la venta ambulante.*

1. En ningún caso podrán ser objeto de venta ambulante o no sedentaria los bienes o productos cuya propia normativa lo prohíba y aquellos otros que, en razón a su presentación u otros motivos, no cumplan la normativa técnico-sanitaria y de seguridad.

2. En todo caso, no se podrán vender alimentos o productos alimentarios no envasados por quien carezca del certificado acreditativo de haber recibido formación en materia de manipulación de los mismos.

3. Los ayuntamientos determinarán, dentro de los lugares señalados, los productos objeto de comercialización.

Artículo 75. *Lugares destinados a la venta ambulante.*

1. Los ayuntamientos cuidarán de que los lugares destinados al ejercicio de la venta ambulante se hallen en idóneas condiciones de limpieza y salubridad, debiendo ejercer el debido control higiénico y sanitario, en especial de los productos perecederos y de alimentación, de acuerdo con la legislación y las ordenanzas vigentes.

2. Por razones de protección del patrimonio cultural, en las rutas de los Caminos de Santiago la venta ambulante solo podrá desarrollarse en los tramos urbanos de la traza de dichos Caminos o en el marco de las tipologías previstas en las letras a), b) y d) del artículo 71 de la presente ley en los tramos no urbanos, debiendo respetarse en todo caso lo establecido en la Ley 5/2016, de 4 de mayo, del patrimonio cultural de Galicia.

Artículo 76. *Régimen de autorización.*

1. Las autorizaciones se concederán en condiciones no discriminatorias y el procedimiento habrá de garantizar la transparencia e imparcialidad y, en concreto, la publicidad adecuada de inicio, desarrollo y fin del proceso.

Puesto que el número de autorizaciones disponibles es limitado debido a la escasez de suelo público habilitado a tal efecto, la duración de las mismas no podrá ser por tiempo indefinido, debiendo permitir, en todo caso, la amortización de las inversiones y una remuneración equitativa de los capitales invertidos.

Las autorizaciones se otorgarán por tiempo determinado, siendo su plazo máximo de duración de cinco años prorrogables de forma expresa por idénticos periodos.

2. Las licencias podrán concederse tanto a personas físicas como a personas jurídicas, sean sociedades mercantiles o cooperativas, y serán transferibles a otras personas físicas o jurídicas que cumplan los requisitos establecidos en el artículo 72.2 de la presente Ley, previa comunicación a la administración competente. La transmisión de una autorización no afectará a su periodo de vigencia, que se mantendrá por el tiempo que reste hasta la finalización del plazo de duración.

Artículo 77. Información al público.

Las personas que ejerzan el comercio ambulante deberán tener expuesto en forma fácilmente visible y legible 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.

Artículo 78. Facultades de inspección y sanción.

Corresponde a los ayuntamientos la inspección y sanción en materia de venta ambulante, sin perjuicio de las competencias atribuidas a otras administraciones.

CAPÍTULO VI

Venta en subasta pública

Artículo 79. Concepto.

1. Son ventas en subasta pública aquellas consistentes en la oferta pública e irrevocable de un bien a efectos de la adjudicación del producto, mediante el sistema de puja y dentro del plazo concedido a tal efecto, a la persona oferente que proponga un mejor precio en el curso de una sesión pública convocada con esta finalidad.

2. La regulación de las ventas en subasta pública 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 realizaran ocasionalmente. Están fuera del ámbito de aplicación de la presente Ley las subastas judiciales o administrativas, las que se lleven a cabo en lonjas y lugares similares y las subastas de títulos-valores, las cuales se regirán por su normativa específica.

Artículo 80. Condiciones del contrato de venta en subasta pública.

El contrato de subasta o de venta en subasta pública deberá cumplir las condiciones siguientes:

a) En el supuesto de que los bienes a vender en subasta pública no pertenecieran a la empresa que desarrolle esta actividad, las relaciones con la propiedad de tales bienes se ajustarán a lo estipulado entre las partes, de conformidad con la normativa general sobre contratación.

b) En defecto de pacto expreso, se entenderá que todos los gastos de la venta en subasta pública, incluidos los de custodia y, en su caso, tasación, corresponden a la empresa de subastas, sin que la propiedad deba entregar por este concepto remuneración 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.

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

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

Artículo 81. *Requisitos de la oferta en subasta pública.*

La oferta de la venta en subasta pública deberá cumplir los requisitos siguientes:

a) Deberá contener una descripción veraz de los objetos que salen a la referida venta, con identificación de si sus calidades son ciertas o, simplemente, supuestas o adverdadas por determinado experto.

b) 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 de las pujas.

c) Cuando se oferte la venta en subasta de un objeto al que se acompaña del nombre o de las iniciales de una determinada persona o precisando que aparece firmado por esta, se considerará que se vende como original de la misma, a menos que consten con claridad las oportunas advertencias.

d) Lo dispuesto en el apartado anterior será también de aplicación a las ventas de objetos preciosos o artísticos que se oferten al público en forma distinta a la subasta.

Artículo 82. *Relación entre las partes intervinientes.*

La relación entre la empresa que efectúa la venta en subasta pública y las personas licitadoras deberá atenerse a las condiciones siguientes:

a) Únicamente podrá exigirse la constitución de fianza a las personas licitadoras cuando expresamente se haya consignado esta condición en los anuncios de la venta en subasta pública.

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.

b) La fianza constituida por las personas licitadoras a quienes no hubiese sido adjudicado el remate deberá ser reintegrada dentro del plazo máximo de tres días, a contar desde la finalización del acto.

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

Artículo 83. *Documentación.*

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

2. Las ventas en subasta pública deberán, necesariamente, formalizarse mediante un documento público o privado que, en su caso, podrá ser concedido por la empresa subastadora como mandataria de la persona propietaria del bien vendido en la subasta.

Artículo 84. *Efectos de la venta en subasta pública.*

1. La adquisición de bienes muebles mediante una venta en subasta pública conforme a lo previsto en la presente ley determinará su irrevindicabilidad en la forma establecida en el artículo 85 del Código de Comercio.

2. La empresa subastadora responderá solidariamente con la persona titular del bien subastado por la falta de conformidad de este con el anuncio de la subasta, así como por los vicios o defectos ocultos de la cosa vendida cuando hubiese incumplido las obligaciones de información contenidas en el artículo 81 de la presente Ley.

Artículo 85. *Comunicación previa.*

La actividad de venta en subasta pública deberá ser comunicada previamente al ayuntamiento en cuyo ámbito territorial va a ser celebrada.

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 la oportuna revocación de la misma por incumplimiento de las condiciones requeridas y, en cualquier caso, previo oportuno expediente administrativo.

CAPÍTULO VII

Venta ocasional

Artículo 86. *Concepto.*

A los efectos de la presente Ley, se entiende por venta ocasional aquella que consista en la oferta de bienes en establecimientos, públicos o privados, que no tengan carácter comercial permanente y habitual para esta actividad, por un periodo inferior a un mes y que no constituya venta ambulante o cualquier otra modalidad de venta expresamente regulada en esta Ley.

Artículo 87. *Condiciones.*

1. La actividad de venta ocasional deberá ser comunicada previamente al ayuntamiento en cuyo ámbito territorial se celebre.

2. En la comunicación se determinarán, como mínimo, los extremos siguientes:

- a) La identificación de la persona vendedora.
- b) La descripción del producto, de sus características, así como de su origen.
- c) El cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) El título de uso del local.

3. Cuando la venta ocasional suponga la entrega inmediata del producto comercializado deberá indicarse a la persona compradora la existencia de un plazo de, al menos, siete días, durante el cual esta pueda efectuar la correspondiente devolución o, en su caso, reclamación.

4. Si la entrega del producto se difiriera en el tiempo será de aplicación a la venta ocasional lo dispuesto en los artículos 57 a 67 de la presente Ley.

CAPÍTULO VIII

Prácticas especiales de venta

Artículo 88. *Venta multinivel. Concepto.*

1. La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que una persona fabricante o comerciante mayorista vende sus productos o servicios a la persona consumidora final a través de una red de comerciantes o agentes distribuidores independientes, pero condicionados dentro de una misma red comercial, y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de las personas comerciantes o distribuidoras independientes integradas en la red comercial y, proporcionalmente, al volumen de negocio que cada componente haya creado.

2. Entre la persona fabricante o el mayorista y la persona consumidora final solo será admisible la existencia de una persona distribuidora.

Artículo 89. *Condiciones.*

1. Queda prohibido organizar la comercialización de productos y servicios en los siguientes supuestos:

a) Cuando el beneficio económico de la organización y de las personas vendedoras no se obtuviera exclusivamente de la venta o del servicio distribuido a las personas consumidoras finales, sino de la incorporación de nuevas personas vendedoras.

b) En el caso de que no se garantizara adecuadamente que las personas distribuidoras cuenten con la oportuna contratación laboral o cumplan con los requisitos que vienen exigidos legalmente en el desarrollo de una actividad comercial.

c) Cuando existiera la obligación de realizar una compra mínima de los productos distribuidos por parte de las nuevas personas vendedoras sin pacto de recompra en iguales condiciones.

2. En ningún caso, la persona fabricante o mayorista titular de la red podrá condicionar el acceso a la misma mediante la exigencia del abono de una cuota o canon de entrada que no sea equivalente a los productos y material promocional entregados a un precio similar al de otros homólogos existentes en el mercado y que no podrán superar la cantidad que reglamentariamente se determine.

Artículo 90. *Prohibición de las ventas piramidales.*

1. Se prohíbe la venta realizada por el procedimiento llamado «en cadena o piramidal» y cualquier otro análogo, consistente en ofrecer a las personas consumidoras productos o servicios a un precio inferior a su valor de mercado, de forma gratuita o por cualquier medio que implique un incentivo de compra, a condición de que se consiga, directa o indirectamente, para la persona vendedora o para una tercera, la adhesión de otras personas o un volumen de venta determinado.

2. Se prohíbe proponer la obtención de adhesiones o inscripciones con la expectativa de obtener un beneficio económico relacionado con la progresión geométrica del número de personas reclutadas o inscritas.

Artículo 91. *Prohibición de la venta con pérdida.*

Se prohíbe la venta con pérdida, de acuerdo con lo establecido en el artículo 12, capítulo III, del título I de la presente Ley.

TÍTULO VI

De la actividad comercial en régimen de franquicia

CAPÍTULO ÚNICO

De la actividad comercial en régimen de franquicia

Artículo 92. *Concepto y condiciones.*

1. La actividad comercial en régimen de franquicia es aquella que se lleva a cabo 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. y 3. **(Derogados).**

TÍTULO VII

De las actividades feriales

CAPÍTULO ÚNICO

De las actividades feriales

Artículo 93. *De las actividades feriales.*

En lo concerniente a la regulación de las actividades feriales, estas se regirán por la ley específica de la Comunidad Autónoma de Galicia en esta materia y por lo dispuesto en el siguiente precepto.

Artículo 94. *Ferías de oportunidades celebradas por personas comerciantes.*

1. Se entienden por ferías de oportunidades aquellas de carácter multisectorial promovidas por personas comerciantes o por sus estructuras asociativas y celebradas fuera de sus respectivos establecimientos comerciales, permanentes o fijos, en lugares del núcleo urbano habilitados al efecto por el ayuntamiento respectivo.

2. La celebración de las ferías de oportunidades requerirá comunicación previa a la dirección general competente en materia de comercio, que deberá realizarse con una antelación mínima de un mes a la fecha de su celebración. En la citada comunicación se indicará el número de puestos a instalar, las personas comerciantes participantes y el municipio donde desarrollan su actividad, los productos objeto de venta, así como la duración y situación de la feria y la dimensión espacial de esta y de cada uno de los puestos. Asimismo, deberá adjuntarse la correspondiente comunicación previa o declaración responsable al respectivo ayuntamiento y el informe de la mesa local del comercio del ayuntamiento o ayuntamientos que integren la comarca si el ámbito territorial de la feria es comarcal.

3. Las ferías de oportunidades tendrán por objeto la celebración de ventas en condiciones más ventajosas de las habituales, y les resultará de aplicación lo dispuesto en el capítulo I del título IV de la presente ley.

4. Las dos terceras partes de las personas comerciantes participantes en la feria de oportunidades deberán ejercer su actividad en el respectivo municipio o comarca, si el ámbito territorial de la feria es comarcal, y no podrán ocupar ninguna de ellas más de una décima parte de la dimensión espacial de la feria.

5. Las ferías de oportunidades tendrán una duración máxima de tres días. Podrán celebrarse únicamente una vez al año, preferentemente en período de rebajas. Excepcionalmente, previo informe de la mesa local del comercio, podrá ser autorizada por la dirección general competente en materia de comercio la realización de una segunda feria de oportunidades en el período de un año. Podrá autorizarse por la dirección general competente en materia de comercio la realización de una segunda feria de oportunidades en el período de un año.

TÍTULO VIII

De la inspección y el régimen sancionador

CAPÍTULO I

Inspección

Artículo 95. *Competencias inspectoras.*

La Administración gallega, a través de la dirección competente en materia de comercio, y los ayuntamientos, en el ejercicio de sus funciones de vigilancia, podrán inspeccionar los productos, actividades, instalaciones y establecimientos comerciales, así como recabar de sus personas titulares cuanta información resulte necesaria con relación a los mismos, a fin de garantizar el cumplimiento de la presente ley y sus disposiciones de desarrollo.

Lo expuesto en el párrafo anterior se entiende sin perjuicio de las competencias inspectoras en otros ámbitos sectoriales en los que, en razón a la materia, otros departamentos de la Xunta de Galicia resulten competentes.

Artículo 96. *Funciones de la Inspección de Comercio.*

Corresponden a la Inspección de Comercio las funciones siguientes:

a) Vigilar, verificar y constatar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias en materia de comercio.

b) Investigar y comprobar los hechos de los que tenga conocimiento la administración por presuntas infracciones o irregularidades en materia de comercio.

c) Asesorar e informar sobre cualquier materia comercial y comprobar la ejecución de las inversiones que hayan sido objeto de subvenciones públicas.

d) Informar a las empresas, durante la realización de sus actuaciones, sobre las exigencias, el cumplimiento y la aplicación de la normativa vigente en materia de comercio.

e) Elaborar los informes que requiera su actividad, así como los solicitados por los órganos competentes en materia de comercio.

f) Estudiar, preparar y ejecutar las campañas de inspección, así como cualquier otra actuación preparatoria para la correcta ejecución de sus funciones.

g) Cualesquiera otras funciones inspectoras que, legal o reglamentariamente, se le atribuyan.

Artículo 97. *Facultades de la Inspección de Comercio.*

Para el cumplimiento de sus funciones, el personal que realice las actividades de inspección tendrá las facultades siguientes:

a) Acceder en cualquier momento a los establecimientos comerciales o a las empresas sujetas a inspección.

b) Requerir la comparecencia de la persona titular o de las personas responsables del establecimiento comercial, empresa o actividad, o de quien les represente, durante el tiempo que resulte preciso para el desarrollo de sus actuaciones.

c) Requerir información a la persona titular o a las personas responsables del establecimiento comercial, empresa o actividad sobre cualquier asunto relativo al cumplimiento de la normativa comercial aplicable.

d) Solicitar información del personal al servicio del establecimiento, empresa o actividad comercial, en el supuesto de que la persona titular o las personas responsables no estén presentes.

e) Recabar, cuando lo estime necesario, la colaboración del personal y de los servicios dependientes de otras administraciones públicas, así como de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado.

Artículo 98. *Obligaciones de las personas inspeccionadas.*

1. Las personas físicas o jurídicas inspeccionadas estarán obligadas, ya sea a través de las personas titulares de los establecimientos inspeccionados o, en su defecto, a través de sus personas empleadas, a requerimiento de los órganos competentes en materia de comercio o del personal que realice las actividades de inspección, a:

a) Facilitar a la Inspección de Comercio el acceso a las dependencias e instalaciones y el examen de los documentos, libros y registros directamente relacionados con la vigilancia y comprobación del cumplimiento de las obligaciones legales en materia de comercio.

b) Suministrar toda clase de información sobre instalaciones, productos o servicios, permitiendo la directa comprobación de las personas inspectoras.

c) Exhibir la documentación que sirva de justificación de las transacciones efectuadas, de los precios y márgenes aplicados y de los conceptos en los cuales estos se desglosan.

d) Facilitar la obtención de copia o reproducción de dicha documentación.

e) En general, consentir la realización de las visitas de inspección y dar toda clase de facilidad para ello.

2. Cualquier declaración o documentación que se aporte a requerimiento de la administración, o espontáneamente, deberá ser firmada por persona con poder bastante para representar a la empresa.

Artículo 99. *Actividad inspectora en materia de comercio.*

1. La actividad inspectora en materia de comercio será realizada por las personas funcionarias del cuerpo de gestión de la Xunta de Galicia (subgrupo A2) adscritas a los correspondientes puestos de Inspección de Comercio.

2. Corresponde al funcionariado de la Inspección de Comercio la dirección y ejecución de las acciones dirigidas al cumplimiento de las funciones establecidas en el artículo 96 de la presente Ley.

Artículo 100. *Personal de la Inspección de Comercio.*

1. En el ejercicio de las funciones inspectoras, el funcionariado de la Inspección de Comercio tendrá carácter de autoridad y, sin perjuicio de la dependencia orgánica y funcional de la autoridad administrativa correspondiente, actuará con total independencia y estricta sujeción al principio de imparcialidad.

2. El funcionariado de la Inspección de Comercio estará obligado a identificarse como tal en el ejercicio de sus funciones y, cuando le fuera solicitado, a exhibir las credenciales de su condición.

Lo dispuesto en el párrafo anterior no será de aplicación en aquellos casos en los que la finalidad de la inspección pueda frustrarse por tal motivo, siempre que el cometido inspector se realice en lugares de acceso público.

3. La actuación inspectora tendrá, en todo caso, carácter confidencial y el personal inspector estará obligado, de forma estricta, a cumplir el deber de secreto profesional.

Artículo 101. *Actuación de las personas inspectoras.*

1. La Inspección de Comercio llevará a cabo su actuación mediante:

a) Las visitas a los establecimientos comerciales objeto de la inspección.

b) El requerimiento para que las personas responsables de las actividades comerciales se personen en la administración y aporten cuantos datos sean precisos para realizar la función inspectora, en los términos previstos en los artículos 39 y 40 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

c) Los medios de investigación que considere oportunos.

2. De cada visita de inspección se levantará acta, que reflejará las actuaciones de investigación y comprobación realizadas y sus resultados. Las actas de inspección tienen naturaleza de documento público y tendrán valor probatorio de los hechos que hubiesen motivado su formalización, salvo que se acredite lo contrario.

3. El procedimiento de inspección y el contenido de las actas de inspección se determinará reglamentariamente.

CAPÍTULO II

Infracciones

Artículo 102. *Concepto y clases.*

1. Sin perjuicio de las responsabilidades que de otro orden puedan derivarse, constituyen infracciones administrativas en materia de ordenación de la actividad comercial, así como de las instituciones y actividades feriales, las acciones u omisiones tipificadas en la presente ley, las cuales serán objeto de sanciones administrativas, previa instrucción del correspondiente procedimiento sancionador.

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

Artículo 103. *Responsabilidad.*

Son responsables por las infracciones tipificadas en la presente ley las personas físicas o jurídicas titulares de las empresas, establecimientos y actividades comerciales de que se trate.

Artículo 104. *Infracciones leves.*

Tendrán la consideración de infracciones leves:

a) Las simples inobservancias de las disposiciones establecidas en la presente Ley que no tengan repercusiones económicas ni perjuicio para las personas consumidoras.

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

c) En general, incumplir las obligaciones establecidas en la presente ley que no sean objeto de sanción específica.

Artículo 105. Infracciones graves.

Tendrán la consideración de infracciones graves:

a) Con relación al ejercicio de la actividad comercial:

1.º Ejercer una actividad comercial sin previa autorización en caso de que esta fuese preceptiva, no realizar las comunicaciones o notificaciones a la Administración comercial exigidas por la normativa vigente, incumplir los requisitos establecidos en el artículo 5 o incurrir en alguna de las prohibiciones establecidas en el artículo 6.

2.º Ejercer simultáneamente en un mismo establecimiento actividades comerciales mayorista y minorista sin mantenerlas debidamente diferenciadas o sin respetar las normas específicas aplicables a cada una de estas modalidades de distribución.

3.º Realizar ventas con pérdida, a excepción de las autorizadas por la presente Ley, e incumplir las normas sobre facturas que recoge el artículo 12.

4.º Ejercer la actividad de venta fuera de un establecimiento comercial incumpliendo lo dispuesto en el artículo 22.

b) En cuanto a las actividades comerciales de promoción de ventas:

1.º Utilizar las denominaciones recogidas en el artículo 36.2, u otras semejantes, para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal o generen confusión con otra distinta, así como no observar las características legales definidoras de cada una de ellas.

2.º Vender artículos defectuosos, excepto en la venta en saldos.

3.º Vender artículos o productos bajo la denominación de saldos cuando aquellos no se ajustasen a lo establecido en la presente Ley y cuando los artículos en saldo no se encontraran debidamente separados del resto de los productos no saldados.

4.º Incumplir lo preceptuado en el artículo 40.1, en cuanto a la prohibición de simultanear la venta en rebajas con otras ventas promocionales.

5.º Realizar la venta en rebajas, en liquidación o con descuento de artículos adquiridos expresamente con tal finalidad.

6.º Incumplir lo dispuesto en la presente ley para la venta en rebajas.

7.º Falsear, en las ventas promocionales, la publicidad de su oferta.

8.º Incumplir el régimen establecido sobre entrega y canje de los obsequios promocionales.

9.º Modificar durante el periodo de duración de la oferta de ventas con obsequio el precio o la calidad del producto.

10.º Vender bajo el anuncio de venta en liquidación o realizar la liquidación que no responda a lo establecido en la presente Ley y la venta efectuada sin la comunicación previa exigida.

c) En lo que concierne a las modalidades y prácticas especiales de venta:

1.º Realizar ventas a distancia incumpliendo las condiciones y limitaciones que para dichas ventas establece la presente Ley.

2.º Anunciar ventas como directas de fabricante o mayorista incumpliendo lo preceptuado por la presente Ley.

3.º Incumplir el régimen establecido legalmente para las ventas domiciliarias.

4.º Incumplir lo dispuesto en el artículo 69 respecto a la recuperación del importe en la venta realizada a través de mecanismos o máquinas de venta.

5.º Incumplir la prohibición de venta realizada por el procedimiento llamado «en cadena o piramidal», de acuerdo lo establecido en el artículo 90 de la presente Ley.

6.º Incumplir los requisitos legales para la venta en subasta pública.

d) En lo referente a la venta ambulante o no sedentaria:

1.º Practicar la venta fuera de los perímetros y/o lugares autorizados o con trasgresión de los días y horarios establecidos.

2.º) Practicar la venta cualquier persona no autorizada o comerciantes que incumplan los requisitos establecidos en la presente ley, en los reglamentos u ordenanzas reguladoras.

3.º) Practicar la venta en lugares que no reúnan las condiciones establecidas en la presente Ley, en los reglamentos u ordenanzas reguladoras.

e) Negarse o resistirse a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o su funcionariado y agentes de la Administración comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación, y el suministro de información inexacta o incompleta.

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

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

h) Incumplir los plazos máximos de pago que contempla el apartado 3 del artículo 15, así como no entregar las personas comerciantes a sus personas proveedoras un documento que lleve aparejada la ejecución cambiaria, y faltar la entrega de un efecto endosable a la orden en los supuestos y plazos previstos en el apartado 4 del artículo 15.

i) **(Derogada).**

j) No dejar constancia documental de la fecha de entrega de mercancías por los proveedores o falsear este dato.

k) Cursar información errónea o claramente insuficiente cuando esta se haya solicitado en conformidad con la normativa de aplicación y tenga carácter esencial, se generen graves daños o exista intencionalidad.

l) Reincidir en la comisión de infracciones leves.

Artículo 106. *Infracciones muy graves.*

Tendrán la consideración de infracciones muy graves:

a) Ejercer actividades comerciales en establecimientos comerciales individuales o colectivos que no hayan obtenido la autorización autonómica a que se refiere el artículo 29 cuando esta fuera preceptiva.

b) Negarse o resistirse a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección, cuando se efectuase a través de violencia física o verbal o cualquier otra forma de presión.

c) Cometer las infracciones calificadas como graves, siempre que hubieran supuesto una facturación, afectada por la infracción, superior a un millón de euros.

d) Reincidir en la comisión de infracciones graves.

Artículo 107. *Reincidencia.*

1. Se entenderá por reincidencia la comisión, en el período de dos años, de más de una infracción de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

2. Pese a lo señalado en el apartado anterior, para calificar una infracción como muy grave solo se atenderá a la reincidencia en infracciones graves, y la reincidencia en infracciones leves solo determinará que una infracción de este tipo sea calificada como grave cuando se haya incurrido en más de dos infracciones de carácter leve, cuando así hubiese sido declarado por resolución firme.

Artículo 108. *Prescripción de las 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 periodo de comisión si se tratase de infracciones continuadas.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento de la persona interesada, del procedimiento sancionador. El plazo de prescripción volverá a correr en caso de que el expediente sancionador esté paralizado durante más de un mes por causa no imputable a la persona presuntamente infractora.

CAPÍTULO III

Sanciones

Artículo 109. *Tipología de las sanciones.*

1. Las infracciones señaladas en la presente Ley darán lugar a las sanciones siguientes:

- a) Apercibimiento a la persona infractora.
- b) Multa.
- c) Incautación y pérdida de la mercancía.

d) Cierre del establecimiento o suspensión de la actividad comercial de que se trate por plazo no superior a un año.

2. No tendrá carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos que no cuenten con las autorizaciones preceptivas o la suspensión de su funcionamiento durante el tiempo preciso para su regularización. Tales medidas se acordarán por el Consello de la Xunta de Galicia a propuesta de la consejería competente en materia de comercio. Tampoco tendrán carácter sancionador las multas coercitivas que eventualmente hubieran podido imponerse, de conformidad con lo previsto en la presente Ley.

Artículo 110. *Cuantía de las multas.*

1. Las infracciones de la presente Ley serán sancionadas con multa cuya cuantía se establecerá con la graduación siguiente:

- a) Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 1.500 euros.
- b) Las infracciones graves, con multa de 1.501 hasta 50.000 euros.
- c) Las infracciones muy graves, con multa de 50.001 hasta 1.000.000 de euros.

2. La Xunta de Galicia, mediante un decreto, podrá actualizar el importe de las sanciones previstas en el apartado anterior en función de las variaciones que haya experimentado el índice de precios al consumo.

Artículo 111. *Sanciones accesorias.*

1. La autoridad a quien corresponda la resolución del expediente podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de la mercancía adulterada, falsificada, fraudulenta, no identificada o que pueda suponer un riesgo para las personas consumidoras, la cual deberá destruirse en el caso de que su utilización o consumo constituyera un peligro para la salud pública. Será, en todo caso, el órgano sancionador el que deba determinar el destino final que ha de darse a las mercancías decomisadas en cada circunstancia. Los gastos que se deriven de las operaciones de intervención, depósito, decomiso, transporte y destrucción de la mercancía serán por cuenta de la persona infractora.

2. El Consello de la Xunta de Galicia podrá acordar, en el supuesto de infracciones muy graves que supusieran un grave riesgo para la salud, grave perjuicio económico o tuvieran una gran trascendencia social, el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo no superior a un año.

3. La autoridad a quien corresponda la resolución del expediente ordenará el cierre del establecimiento y la cesación de la actividad de grandes establecimientos que hayan realizado actividad comercial sin la pertinente autorización comercial o contra los términos expresados en la misma, independientemente de la multa que pueda corresponderles por tales hechos.

Artículo 112. *Graduación de las sanciones.*

1. Las sanciones se graduarán teniendo en cuenta los siguientes factores:

- a) La trascendencia social de la infracción.
- b) La naturaleza de los perjuicios causados.
- c) El volumen de la facturación a la que afecta.

- d) El grado de voluntariedad o la intencionalidad de la persona infractora.
- e) La cuantía del beneficio obtenido.
- f) La capacidad o la solvencia económica de la empresa.
- g) El período de tiempo durante el que se hubiese venido cometiendo la infracción.
- h) La reincidencia.
- i) La superficie de venta del establecimiento.
- j) La pertenencia a una gran empresa o grupo de empresas.

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

3. Reglamentariamente podrán introducirse especificaciones o graduaciones en el cuadro de infracciones o sanciones establecidas en esta ley que, sin constituir nuevas infracciones y sanciones ni alterar la naturaleza o los límites de las que considera la ley, contribuyan a la más correcta identificación de los tipos de infracción o a una más precisa determinación de las sanciones correspondientes.

Artículo 113. Órganos competentes para la imposición de las sanciones.

1. La competencia para iniciar los procedimientos sancionadores derivados de las infracciones tipificadas en la presente ley corresponderá a quien ostente la titularidad de las respectivas jefaturas territoriales de la consejería competente en materia de comercio.

2. No obstante, la citada competencia corresponderá a la dirección general competente en materia de comercio en el caso de infracciones administrativas que afecten al ámbito territorial de dos o más provincias de la Comunidad Autónoma de Galicia.

3. La competencia para la resolución de los expedientes sancionadores corresponderá:

- a) En los supuestos de infracciones muy graves, al Consejo de la Xunta de Galicia.
- b) En los supuestos de infracciones graves, a quien ostente la titularidad de la consejería competente en materia de comercio.
- c) En los supuestos de infracciones leves, a la persona titular de la jefatura territorial correspondiente de la consejería competente en materia de comercio, cuando afecten únicamente a su respectivo ámbito territorial, y a la persona titular de la dirección general competente en materia de comercio en los casos de infracciones que afecten al ámbito territorial de dos o más provincias del territorio gallego.

4. Las infracciones tipificadas en el artículo 105.a).1, en lo concerniente a la licencia municipal de apertura y a las infracciones tipificadas en los artículos 104, 105 e 106 relativas a la venta ambulante o no sedentaria, se sancionarán por las personas titulares de las alcaldías, de conformidad con lo previsto en la presente ley.

Artículo 114. Procedimiento sancionador.

1. El procedimiento sancionador en materia de comercio interior se substanciará, en lo no previsto en la presente Ley, conforme a lo dispuesto en la normativa reguladora para el ejercicio de la potestad sancionadora por la administración de la Xunta de Galicia, debiendo respetarse los principios contenidos en la legislación general correspondiente al régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

2. El procedimiento sancionador en materia de comercio se iniciará como consecuencia de cualquiera de las actuaciones siguientes:

- a) Por propia iniciativa del órgano competente en materia de comercio cuando, por cualquier medio, tuviera conocimiento de una presunta infracción.
- b) Por orden del órgano superior jerárquico.
- c) Por petición razonada de la autoridad u órgano administrativo que tuviese conocimiento de una presunta infracción.
- d) Por denuncia de cualquier persona en cumplimiento o no de una obligación legal.

3. Con carácter previo a la incoación del procedimiento, la autoridad competente podrá realizar actuaciones al objeto de determinar la concurrencia de las circunstancias que justifiquen, en su caso, la iniciación del procedimiento sancionador.

4. El plazo para resolver los procedimientos sancionadores en materia de comercio es de un año, a contar desde la fecha de su incoación. Transcurrido dicho plazo sin que hubiera

recaído resolución, se producirá la caducidad del procedimiento sancionador. En el caso de que la infracción no hubiese prescrito, deberá iniciarse un nuevo procedimiento sancionador.

Artículo 115. Medidas cautelares.

1. El órgano competente para la incoación del procedimiento sancionador podrá acordar en cualquier momento del procedimiento, mediante resolución motivada y con audiencia previa de la persona interesada, la adopción de las medidas preventivas adecuadas para asegurar la eficacia de la resolución que, en su caso, pudiera recaer, así como cuando concurriesen circunstancias graves que afecten a la seguridad de las personas o bienes, o que supongan un perjuicio grave o de difícil subsanación.

2. Estas medidas cautelares, que no tendrán el carácter de sanción, podrán consistir en la clausura o cierre de establecimientos o instalaciones comerciales o en la suspensión de actividades comerciales, así como en la inmovilización de mercancías. Tales medidas serán siempre proporcionadas a los objetivos que se pretendan garantizar con su adopción.

3. Podrá acordarse, de forma motivada y previa audiencia de la persona interesada, la paralización de las obras cuando no se haya concedido la autorización autonómica regulada en el capítulo III del título II de la presente Ley en los supuestos en que esta resultara precisa.

4. Estas medidas podrán mantenerse durante el tiempo preciso hasta la rectificación de los defectos detectados y como máximo hasta la resolución del procedimiento.

5. Con anterioridad al inicio del procedimiento sancionador, el órgano competente, de oficio o a instancia de parte, en los casos de urgencia y para la protección provisional de los intereses implicados, podrá adoptar las medidas que procedieran por razones de seguridad. Tales medidas habrán de ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los quince días siguientes a su adopción.

En todo caso, las medidas adoptadas quedarán sin efecto en el caso de que no se iniciara el procedimiento en dicho plazo o si el acuerdo de iniciación no se hubiese pronunciado expresamente sobre tales medidas.

Artículo 116. Multas coercitivas.

1. El órgano competente para sancionar podrá acordar la imposición de multas coercitivas, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 99 de la Ley de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común, una vez transcurridos los plazos señalados en el requerimiento correspondiente. La cuantía de cada una de estas multas no podrá superar los límites siguientes:

- a) En las infracciones leves y graves, el diez por ciento de la sanción establecida.
- b) En las infracciones muy graves, el veinte por ciento de la sanción establecida.

2. Lo anteriormente dispuesto será de aplicación a la clausura o cierre de establecimiento previsto en el apartado 2 del artículo 109 de la presente Ley.

Artículo 117. Publicidad y ejecución de las sanciones.

1. Siempre que concurra alguna de las circunstancias de riesgo para la salud o seguridad de las personas consumidoras o reincidencia en infracciones de naturaleza análoga, la autoridad que resuelva el procedimiento sancionador podrá acordar la publicación, con cargo a la persona infractora y una vez conseguida la firmeza de la resolución en vía administrativa, de las sanciones impuestas como consecuencia de lo establecido en la presente ley, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de las personas responsables y la índole o naturaleza de las infracciones, en el «Diario Oficial de Galicia» y su difusión a través de los medios de comunicación social que se consideren oportunos.

2. Las resoluciones sancionadoras que pongan fin a la vía administrativa serán inmediatamente ejecutivas.

3. Todas las administraciones públicas competentes en la materia prestarán la debida colaboración para hacer efectiva la exacta ejecución de las sanciones.

Disposición transitoria primera. *Solicitudes de autorización en tramitación.*

1. Las solicitudes de autorización comercial autonómica que estén en tramitación a la entrada en vigor de la presente ley continuarán su tramitación conforme al procedimiento establecido en la normativa vigente en el momento de la solicitud.

2. Las licencias de obras y de actividad que a la entrada en vigor de esta ley estén en tramitación en los ayuntamientos y correspondan a establecimientos comerciales que conforme al artículo 29 de la presente Ley precisen la obtención de autorización comercial autonómica quedarán en suspenso en tanto no se obtenga dicha autorización.

Disposición transitoria segunda. *Autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante pendientes de resolución.*

Aquellos ayuntamientos que, con anterioridad a la entrada en vigor de la presente ley, hayan iniciado un procedimiento para el otorgamiento de autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria deberán resolverlo aplicando las disposiciones vigentes en el momento que se ha presentado la solicitud.

Disposición transitoria tercera. *Integración de procedimientos y expedientes administrativos en tramitación.*

Los procedimientos para la obtención de la autorización comercial autonómica iniciados con anterioridad a la entrada en vigor del procedimiento que integre las licencias urbanísticas se tramitarán y resolverán de conformidad con la normativa vigente en el momento de su iniciación.

Disposición derogatoria única. *Derogación de la Ley 10/1988, del Decreto 194/2001 y del artículo 1.2 de la Ley 1/1996.*

A la entrada en vigor de la presente Ley quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo previsto en la misma. En particular:

a) La Ley 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del comercio interior de Galicia, modificada por Ley 9/2003, de 23 de diciembre, de medidas tributarias y administrativas, y por Ley 7/2009, de 22 de diciembre.

b) El Decreto 194/2001, de 26 de julio, de ordenación de la venta ambulante, modificado por Decreto 171/2002, de 25 de abril.

c) El artículo 1.2 de la Ley 1/1996, de 5 de marzo, de regulación de las actividades feriales de Galicia.

Disposición final primera. *Desarrollo reglamentario.*

Se autoriza al Gobierno gallego a dictar las normas precisas de desarrollo y aplicación de la presente Ley.

Disposición final segunda. *Modificación de la Ley 5/2004, de 8 de julio, de cámaras oficiales de comercio, industria y navegación de Galicia.*

Uno. Se modifica el artículo 40 de la Ley 5/2004, de 8 de julio, de cámaras oficiales de comercio, industria y navegación de Galicia, el cual pasará a tener la redacción siguiente:

«Artículo 40. *Recurso cameral permanente: obligación de pago, devengo, recaudación y afectación.*

1. En lo referente a la obligación de pago y devengo, así como para la recaudación y, en general, los demás extremos relativos al recurso cameral permanente, habrá que estar a lo dispuesto en la Ley 3/1993, de 22 de marzo.

2. Una tercera parte de la exacción que recae sobre las cuotas del impuesto de sociedades estará afectada al cumplimiento de las funciones que la presente ley atribuye a la cámara en materia de formación, innovación, competitividad y desarrollo empresarial.»

Dos. Se modifica el artículo 52, punto tercero, de la Ley 5/2004, de 8 de julio, de cámaras oficiales de comercio, industria y navegación de Galicia, el cual pasará a tener la redacción siguiente:

«Cuatro vocales consultores elegidos por los demás miembros del pleno de entre personas de reconocido prestigio en los ámbitos empresariales de Galicia.»

Tres. Se modifica el artículo 53 de la Ley 5/2004, de 8 de julio, de cámaras oficiales de comercio, industria y navegación de Galicia, el cual pasará a tener la redacción siguiente:

«Artículo 53. Comité ejecutivo.

El Comité Ejecutivo del Consejo Gallego de Cámaras es su órgano de gestión, administración y propuesta, estando compuesto por las personas que ocupen la presidencia del consejo, la secretaría y cinco miembros del pleno elegidos de la forma que establezca el reglamento de régimen interior, teniendo el presidente o presidenta voto de calidad en caso de empate.»

Disposición final tercera. Modificación de la Ley 1/1996, de 5 de marzo, de regulación de las actividades feriales de Galicia.

Se modifica el capítulo II de la Ley 1/1996, de 5 de marzo, de regulación de las actividades feriales de Galicia, el cual pasará a tener la redacción siguiente:

«CAPÍTULO II

Concepto y clasificación

Artículo 3. Concepto y clasificación.

1. Se consideran actividades feriales, a los efectos de la presente ley, las manifestaciones comerciales que tienen por objeto la exposición, difusión y promoción comercial de bienes y/o servicios, fomentar contactos e intercambios comerciales y acercar la oferta de los distintos sectores de la actividad económica a la demanda, siempre que tengan una duración limitada en el tiempo y reúnan a una pluralidad de expositores.

En virtud de las características de la oferta exhibida, podrá practicarse la venta directa con retirada de mercancía, previa autorización expresa de la dirección general competente en materia de comercio.

2. Las actividades feriales se clasifican en:

a) En razón a su periodicidad: en ferias de carácter periódico y exposiciones de carácter no periódico.

b) En razón a la oferta exhibida: en multisectoriales, aquellas ferias o exposiciones en las que se exhiba una oferta representativa de distintos sectores de la actividad económica, y en monográficas o salones, respecto a las cuales la oferta se refiera a un único sector.

3. Tanto en las ferias como en las exposiciones pueden admitirse pedidos y perfeccionarse contratos de compraventa.»

Disposición final cuarta. Dotaciones presupuestarias.

La constitución y posterior puesta en funcionamiento del Observatorio del Comercio de Galicia, del Consejo Gallego de Comercio y de la Comisión Consultiva en materia de comercio no generará en caso alguno aumento de las dotaciones presupuestarias de la consejería competente en materia de comercio.

Disposición final quinta. Reserva de las competencias del Estado.

1. Los artículos 6; 10.1; 11, apartados 1 y 2; 12, apartados 2, 3 y 4; 14; 15; 38.1; 38.2; 41.1; 43.1; 45; 76.1; 80; 82; 83; 84; 92.1; 105.a).1); 105.a).3); 105.g); 105.h); 105.j); 105.l) y

112.1 reproducen, respectivamente, los artículos 8; 13.1; 10; 14, apartados 2, 3 y 4; 16; 17; 24.1; 28.1; 30.1; 31; 54, segundo párrafo; 57; 59; 60; 61; 62.1; 65.1.a); 65.1.c); 65.1.b); 65.1.f); 65.1.r); 65.1.s) y 69 de la Ley del Estado 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.

2. Cualquier modificación de los artículos de la legislación básica que reproduce la presente Ley implica la modificación, en los mismos términos, de los respectivos artículos.

Disposición final sexta. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Diario Oficial de Galicia».

Santiago de Compostela, 17 de diciembre de 2010.–El Presidente, Alberto Núñez Feijóo.

Este texto consolidado no tiene valor jurídico.