

I. DISPOSICIONES GENERALES

COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO

1540 *Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.*

Se hace saber a todos los ciudadanos de Euskadi que el Parlamento Vasco ha aprobado la siguiente Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Transcurridos más de diez años desde la entrada en vigor de la Ley 9/1983, de 19 de mayo, que supone la primera experiencia ordenadora de la actividad comercial en nuestra Comunidad Autónoma, una serie de circunstancias aconsejan una nueva regulación administrativa de esta actividad.

Ha de comenzarse por señalar que la Ley 9/1983 constituye una referencia válida en muchos aspectos y que la práctica derivada de su aplicación informa completamente el nuevo texto. No obstante, algunos de sus preceptos sustanciales han de revisarse ante las perspectivas de nuestro mercado interior, ámbito material sobre el que se proyecta esta normativa.

En efecto, el 1 de enero de 1986 tiene lugar nuestro ingreso en las Comunidades Europeas, proceso dinámico de integración de Estados cuyo punto álgido es la puesta en marcha del Mercado Único Europeo. Esta circunstancia acarrea cambios de derecho y de hecho de los que va a resultar una nueva configuración de las relaciones sociales y económicas. En este orden de cosas cada vez tendrá menos sentido la referencia a mercados locales y cerrados para dar paso a mercados más amplios, abiertos y competidos.

El espíritu actualizador y modernizador que debe alumbrar nuestro mercado interior y nuestras empresas comerciales tiene múltiples manifestaciones en la nueva regulación.

En primer lugar, el ámbito material de la ley supera la tradicional concepción del comercio. Su consideración como eslabón intermedio necesario entre producción y consumo se amplía, ya que la conexión entre ambos se produce en múltiples supuestos sin necesidad de los servicios de distribución de un mediador. En otro sentido, la actividad de una empresa que distribuye productos debe quedar sometida a esta ley con independencia de que los mismos sean de consumo o no. Por otra parte, cualquier empresa que preste servicios debe ajustar su actividad a esta ley en lo no regulado por normativa específica relativa a los mismos.

Otra evidencia actualizadora interesante la constituye la regulación de fórmulas comerciales diferentes de las tradicionales que o son desconocidas en nuestra legislación hasta la fecha, como la venta a distancia, venta promocional, venta ocasional, venta a través de máquinas automáticas, o han sido objeto de regulación insuficiente.

Este ánimo actualizador de la reforma resulta asimismo patente en la concepción de empresa comercial y de su funcionamiento que ofrece el nuevo texto. De una parte, los comerciantes han de conocer su negocio, planear sus actividades en el tiempo; en definitiva, organizar su empresa. Por otra, las empresas no han de incurrir en funcionamientos irregulares, perturbadores del mercado y de su necesaria transparencia, como única garantía para los múltiples intereses que en el mismo confluyen, en ocasiones en forma vehementemente enfrentada.

El espíritu renovador de la reforma se pone finalmente de relieve desde el momento en que, siendo una norma autonómica, sus preceptos intentan apurar la competencia normativa en la materia. Este ámbito está siendo perfilado por diferentes pronunciamientos del Tribunal Constitucional en materias conexas o concurrentes, como las de bases de actividad económica, defensa de la competencia, condiciones básicas de igualdad, legislación privada y procesal y sanidad.

Una segunda idea inspiradora de la presente reforma legislativa se traduce en la preocupación sistematizadora que la preside. De acuerdo con ella, se reúne en un solo cuerpo normativo el conjunto de las disposiciones sobre ordenación, a las que se añade la regulación de la actividad comercial de promoción de productos y servicios, constituida por los certámenes comerciales. Asimismo, el nuevo texto integra disposiciones sobre publicidad e información, además de un título dedicado al control de la efectividad de los mandatos normativos.

La sistematización del texto ha sido realizada con sentido práctico, por cuanto la redacción de sus preceptos y las referencias inexcusables a otros regímenes conexos o concurrentes resultan ciertamente comprensibles. Con ello, la vocación normativa de la presente ley se ve favorecida por una meridiana claridad no exenta de precisión en sus contenidos, que por lo mismo pueden entenderse fácilmente desarrollables por vía reglamentaria. Con ello se refuerzan los aspectos de seguridad jurídica en esta materia tan esenciales al funcionamiento de un Estado de Derecho.

En tercer lugar, la reforma se plantea con un sentido más orientador, abierto y participativo. Su alcance orientador se refleja en la concepción de mercado y de la actividad comercial que expresan sus preceptos.

El valor abierto y participativo del mismo se manifiesta en diversos aspectos previos y posteriores a la aprobación de la norma.

Por una parte, cabe señalar que las labores preparatorias de la norma han contado con la participación de consumidores, trabajadores, empresarios y ayuntamientos. Las reflexiones que de ellas han surgido han contribuido a dar un enfoque más ajustado a sus preceptos, a la vez que a dotarla de una mayor receptividad hacia sus destinatarios.

Por otra parte, en la norma se introduce un órgano de participación colegiado sobre la actividad comercial, en el que por la vía del debate de los agentes sociales y económicos pueda desarrollarse una política más abierta y consensuada en la materia.

Quedan por indicar finalmente las competencias recogidas en la Ley Orgánica 3/1979, del Estatuto de Autonomía para el País Vasco, y señaladamente los preceptos recogidos en los números 25, 27, 28 y 31 de su artículo 10, como habilitantes de esta ley.

TÍTULO I

Ámbito de aplicación

Artículo 1. *Objeto de la ley.*

Es objeto de la presente ley la regulación administrativa de la actividad comercial y la ordenación y mejora de la estructura comercial en la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Artículo 2. *Actividad comercial. Concepto.*

A los efectos de la presente ley se entiende por actividad comercial la puesta a disposición del mercado de productos o mercancías adquiridas con esa finalidad, sin modificación sustancial de las mismas, así como la venta de bienes de consumo final realizada directamente por los productores, artesanos o industriales.

Son bienes de consumo final los no destinados a integrarse en procesos de producción, comercialización o prestación de servicios a terceros.

Artículo 3. *Prestación de servicios.*

También se considera actividad comercial la prestación de servicios cuando se oferten al mercado con el carácter final definido en el artículo anterior.

Esta ley será de aplicación a la prestación de servicios en todo aquello no regulado por normativa específica relativa a los mismos.

TÍTULO II

Del ejercicio de la actividad comercial

CAPÍTULO I

Principios generales y condiciones para su ejercicio**Artículo 4. Marco de la actividad comercial.**

El ejercicio de la actividad comercial se desarrollará de acuerdo con los principios de libre y leal competencia y de defensa de los consumidores y usuarios, en el marco de la economía de mercado y su planificación general.

Artículo 5. Medidas excepcionales y prácticas no permitidas.

1. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, el Gobierno Vasco, a propuesta del Departamento competente en materia de comercio, con carácter excepcional podrá adoptar medidas de intervención en los procesos de distribución de productos alimenticios y/o de primera necesidad cuando así lo exigieran déficits de abastecimiento.

2. En el ejercicio de la actividad comercial no podrán realizarse prácticas que supongan actual o potencial acaparamiento, paralización o encarecimiento injustificados en el proceso normal de distribución de los productos o prestación de servicios, o bien que supongan discriminación alguna, cuando supongan un perjuicio para los consumidores y usuarios.

Artículo 6. Condiciones para su ejercicio.

1. El ejercicio de actividades comerciales se realizará por quienes ostenten la capacidad jurídica necesaria con arreglo a la legislación vigente.

2. Sin perjuicio del principio general de libertad de empresa, se podrán exigir determinadas condiciones y aptitudes o titulación para ejercer aquellas actividades comerciales sujetas a especial concesión o autorización administrativa, o que requieran un tratamiento singular por razón de la naturaleza del producto o servicio, así como por consideraciones de interés público.

3. El Gobierno podrá condicionar reglamentariamente, sin perjuicio de lo señalado en el artículo 21, el ejercicio de determinadas modalidades de actividad comercial a la prestación de garantías o fianzas, justificadas por causas de interés general.

Artículo 7. Obligaciones de las empresas comerciales.

Las empresas comerciales deberán cumplir con las obligaciones sobre documentación, información, libros o registros establecidos para su régimen y funcionamiento, así como estar dadas de alta en los correspondientes epígrafes del Impuesto de Actividad Económica.

CAPÍTULO II

De las condiciones de la oferta y de los precios**Artículo 8. Condiciones de la oferta.**

1. De acuerdo con lo previsto en el artículo 4, en el ejercicio de la actividad comercial, el origen, la calidad y la cantidad de los productos o servicios, su precio y condiciones de venta o prestación, serán los ofrecidos y en todo caso los exigibles conforme a la normativa reguladora de los mismos.

A tal efecto, se prestará por el oferente la información que resulte apropiada para el conocimiento del producto o servicio, riesgos de su utilización y condiciones de adquisición.

2. Igualmente, en caso de transacción y a solicitud del adquirente, las empresas comerciales estarán obligadas a expedir documentación suficiente sobre los diversos extremos relativos a la transacción.

Artículo 9. *El precio en los productos y servicios.*

1. El precio de los productos y servicios será fijado libremente por los oferentes, sin más limitaciones que las impuestas por la legislación vigente.

2. Los productos expuestos para su comercialización estarán marcados con su precio de forma clara, de modo que resulte innecesaria consulta alguna al oferente. 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.

Reglamentariamente se establecerán las excepciones o condiciones especiales en la información de precios por motivo de seguridad, de homogeneidad o de la naturaleza del producto o servicio.

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

4. El precio de venta anunciado se entenderá como el total del producto o servicio adquirido al contado, incluido el conjunto de los tributos.

5. El comerciante explicitará los medios de pago admitidos, así como la posibilidad o no de devolución del producto y condiciones de la misma cuando se derive, exclusivamente, del interés o conveniencia del comprador.

CAPÍTULO III

De la publicidad ilícita

Artículo 10. *Publicidad ilícita en el ejercicio de la actividad comercial.*

1. El Gobierno Vasco, en los términos establecidos en el presente artículo y en orden a la protección de los legítimos intereses de los consumidores y usuarios, promoverá las acciones necesarias tendentes a evitar la utilización de la publicidad ilícita en el ejercicio de la actividad comercial.

2. A tal fin, y sin perjuicio de las acciones legalmente establecidas, el Gobierno Vasco podrá, de oficio o a instancia de parte, tramitar un procedimiento encaminado a instar el cese o rectificación de la publicidad ilícita ante la jurisdicción competente, de acuerdo con la legislación vigente en materia de publicidad.

3. Reglamentariamente se constituirá un órgano interdepartamental al que se atribuirán las facultades previstas en el apartado anterior.

CAPÍTULO IV

Del establecimiento comercial

Artículo 11. *Establecimiento comercial.*

La actividad comercial habrá de ejercerse en establecimiento comercial, salvo las excepciones previstas en el título III de esta ley, dedicado a las modalidades especiales de venta.

Se considerarán establecimientos comerciales las edificaciones y dependencias afectas a una actividad comercial.

Los horarios y días de apertura al público se expondrán de forma visible desde el exterior de los establecimientos.

Artículo 12. *Licencia de apertura.*

Las licencias de apertura de los establecimientos comerciales serán concedidas por los ayuntamientos basándose en lo previsto por esta ley y con arreglo a la normativa aplicable.

Artículo 13. *Implantación de establecimientos comerciales.*

El Gobierno Vasco podrá establecer criterios a los que habrán de ajustarse las normas municipales en materia de implantación de establecimientos comerciales dirigidos a alcanzar los siguientes objetivos:

- a) Un adecuado equilibrio entre el equipamiento comercial y su distribución territorial.
- b) El impulso de la pequeña y mediana empresa en el marco de la libertad de competencia.
- c) Aquellos otros que incidan en la satisfacción de las necesidades de los consumidores protegiendo sus legítimos intereses.

En los instrumentos de ordenación territorial previstos en la Ley 4/1990, de Ordenación del Territorio del País Vasco, se establecerán los criterios territoriales de aplicación para la implantación o modificación de establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 metros cuadrados o cuando la misma se alcance o supere por ampliación.

TÍTULO III

De las modalidades y prácticas especiales de venta

CAPÍTULO I

Ventas realizadas fuera de establecimiento comercial permanente

Artículo 14. *Clases*

Son ventas efectuadas fuera del establecimiento comercial permanente las denominadas venta ambulante, venta a domicilio, venta a distancia y venta ocasional.

Artículo 15. *Ventas ambulantes. Concepto.*

Son ventas ambulantes las realizadas por vendedores habituales u ocasionales fuera de un establecimiento comercial, en puestos o instalaciones desmontables, así como en vehículos. El ejercicio de la venta ambulante requerirá autorización municipal, que tendrá carácter intransferible y una vigencia máxima anual.

No podrá efectuarse esta modalidad de venta en acceso a lugares comerciales ni ante escaparates.

Artículo 16. *Regulación de la venta ambulante.*

1. Los ayuntamientos podrán regular la venta ambulante en el territorio de su municipio. En los municipios donde no exista ordenación de venta ambulante, ésta no podrá realizarse. La regulación municipal deberá necesariamente establecer:

a) Los requisitos para obtener la autorización, que como mínimo serán los siguientes:

1. Indicar el domicilio del vendedor.
2. Estar dado de alta en los epígrafes correspondientes del Impuesto de Actividad Económica y encontrarse al corriente de su pago.
3. Estar dado de alta en el régimen de la Seguridad Social correspondiente.
4. Cumplir los requisitos higiénico-sanitarios o de otra índole que establezcan las reglamentaciones específicas relativas a los productos comercializados e instalaciones.

b) La determinación de las características de los tipos de venta ambulante. En este sentido se diferencian:

1. Mercados periódicos de carácter tradicional o de nueva implantación, ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija. Estos sólo podrán celebrarse durante un máximo de dos días a la semana.

2. Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.

3. Venta realizada en camiones-tienda o puestos instalados en la vía pública que se autorizan en circunstancias y condiciones precisas.

c) La concreción de los lugares, perímetros exceptuados, frecuencia, horario, número de autorizaciones y productos autorizados.

2. La autorización indicará los productos a que se refiere, así como lugares, días y horas en que podrá desarrollarse la venta ambulante por sus titulares.

3. El vendedor ambulante vendrá obligado a informar, mediante cartel visible, de la dirección donde se atenderán, en su caso, las reclamaciones de los consumidores. Dicha dirección deberá figurar en todo caso en la factura o comprobante de la venta.

Artículo 17. *Perímetro urbano exceptuado.*

1. En todos los municipios con más de 15.000 habitantes se determinará un perímetro urbano exceptuado en el cual la venta ambulante no podrá practicarse.

2. El perímetro urbano exceptuado se determinará por los respectivos ayuntamientos, oída la Cámara Oficial de Comercio correspondiente, en razón al nivel de equipamiento comercial existente en la zona y su adecuación a la capacidad de consumo de su población.

3. El perímetro urbano exceptuado que se establezca deberá ser homogéneo y continuo, y comprender en cualquier caso la zona central del casco urbano.

Artículo 18. *Exclusiones.*

Reglamentariamente se establecerán aquellos mercados que con motivo de ferias, fiestas, acontecimientos populares o tradicionales queden excluidos de la prohibición de practicar la venta ambulante en el perímetro exceptuado al que se refiere el número 1 del artículo anterior, previa audiencia de los ayuntamientos interesados y de las asociaciones de comerciantes y consumidores más representativas del municipio.

Artículo 19. *Vigilancia y control.*

Respecto a la venta ambulante, corresponde a los ayuntamientos garantizar el cumplimiento de las normas higiénicas, sanitarias y de seguridad, y de ordenación de la actividad comercial, así como el control y sanción de las infracciones leves y graves, sin perjuicio de las competencias atribuidas a otras Administraciones públicas.

Artículo 20. *Venta a domicilio.*

1. Se considera venta a domicilio aquella en la que la oferta se produce en domicilios privados, lugares de ocio o reunión, centros de trabajo y similares que no sean el establecimiento del vendedor.

2. La publicidad de la oferta de este tipo de venta, que deberá ser entregada al consumidor, incluirá los siguientes extremos:

- a) Identificación y domicilio de la empresa.
- b) Número de autorización para la práctica de este tipo de venta.
- c) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- d) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

3. No se consideran comprendidos en el concepto anterior las entregas a domicilio de mercancías adquiridas por cualquier otro tipo de venta.

Artículo 21. *Requisitos.*

1. Corresponde al Departamento competente en materia de comercio autorizar la práctica de la modalidad de venta a domicilio. A tal efecto, los solicitantes deberán cumplir los requisitos establecidos en el párrafo a) del apartado número 1 del artículo 16.

Para practicar la venta a domicilio, las empresas depositarán una fianza caucional, en las condiciones que se determinen reglamentariamente.

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

2. El vendedor deberá mostrar al comprador la documentación en la que conste la identidad de la empresa, la autorización para la venta y el carácter con el que actúa.

Artículo 22. *Venta a distancia.*

1. Se entiende por venta a distancia aquella en la que el vendedor efectúa su oferta al comprador a través de algún medio de comunicación, solicitando que los compradores formulen sus pedidos mediante el mismo u otro medio de comunicación a distancia.

2. Corresponde al Departamento competente en materia de comercio autorizar la práctica de esta modalidad de venta. A tal efecto, los solicitantes deberán cumplir los requisitos establecidos en el párrafo a) del apartado número 1 del artículo 16.

3. En todos los casos, se garantizará que el producto real sea de idénticas características que el producto ofrecido.

4. La publicidad de la oferta recogerá los siguientes extremos:

- a) Identificación, domicilio y número de autorización de la empresa.
- b) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- c) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

5. Sólo podrá efectuarse el envío de productos o servicios que previamente hayan sido solicitados por los consumidores o usuarios.

Lo señalado en el párrafo anterior no será de aplicación al envío de muestras o regalos de promoción, a condición de que figure claramente su carácter totalmente gratuito y la ausencia de toda obligación por parte del consumidor.

Artículo 23. *Venta ocasional.*

1. Se denomina venta ocasional aquella que se realiza por un período inferior a un mes, en establecimientos que no tengan carácter comercial permanente para esta actividad, y que no constituya venta ambulante.

2. Esta modalidad de venta deberá ser autorizada por el Departamento competente en materia de comercio.

3. En la solicitud se determinarán los siguientes extremos:

- a) Identificación del vendedor.
- b) Descripción de las características de los productos.
- c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) Título de uso del local.

Asimismo, se adjuntará documentación justificativa de los extremos a que se refiere la solicitud.

4. En aquellos supuestos en los que la venta ocasional sea en subasta no sujeta a legislación específica, entendiéndose por subasta aquella en la que se adjudican productos a quien oferta un precio superior al del resto de los posibles adquirentes, se exigirá, además, la especificación de los requisitos mínimos para la adjudicación del producto.

CAPÍTULO II

Otras modalidades especiales de ventaArtículo 24. *Venta con rebaja.*

1. Sin perjuicio de la libertad para fijar precios por parte del empresario, así como de la realización de las ofertas que estime oportunas, en la publicidad la denominación de rebaja se utilizará exclusivamente para aquellas ventas que se realicen, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente, con reducción del precio habitual de venta con motivo de los cambios de estación, fin de temporada o renovación de existencias durante los períodos o temporadas que se señalen en dicha legislación. En todo caso, la publicidad de rebajas estará limitada a dos períodos o temporadas por año con una duración máxima de dos meses por temporada.

La realización de esta modalidad de venta se comunicará al Departamento competente en materia de comercio previamente a su inicio.

2. En estas ventas deberá señalarse de forma inequívoca, en cada producto, el precio anterior y el que se ofrece, con las particularidades previstas en el número 2 del artículo 9.

3. Queda prohibida la utilización de esta denominación en la venta de los siguientes artículos:

- a) Los deteriorados.
- b) Los adquiridos para esta finalidad.
- c) Los que no estuvieran a la venta al consumidor final con un mes de antelación a la fecha de inicio de la venta con rebaja.

4. En el supuesto de que la venta con rebaja no afecte a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán suficientemente diferenciados del resto.

Artículo 25. *Venta de saldos.*

1. Se entiende por venta de saldos aquella que tiene por objeto la de productos deteriorados o en desuso.

2. Este tipo de venta y su publicidad deberá ir acompañada de información suficiente de las circunstancias y causas concretas que la motiven.

3. En el supuesto de que la venta de saldos no afecte a la totalidad de los productos comercializados, los artículos ofrecidos por esta modalidad de venta deberán estar físicamente separados de aquellos que no lo estén.

Artículo 26. *Venta en liquidación.*

1. Se entiende por venta en liquidación aquella de carácter excepcional motivada por:

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

b) Cierre o transformación del local.

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

3. En toda publicidad de una venta en liquidación tendrá que indicarse las causas que la motivan, así como la fecha de comienzo y duración de la misma. Deberá indicarse igualmente el precio anterior y el que se ofrece para cada artículo u otro tipo de incentivo que se aplique a la liquidación.

4. La venta en liquidación habrá de ser comunicada al Departamento competente en materia de comercio con siete días de antelación a su inicio, indicándose la causa, la fecha de comienzo y la duración de la misma y relación de mercancías.

Artículo 27. *Condiciones.*

Las ventas en liquidación habrán de efectuarse en el mismo establecimiento comercial en el que los productos hayan sido habitualmente objeto de venta, salvo en caso de fuerza mayor o de resolución judicial o administrativa que lo impida o que las causas que originen dicha venta así lo exijan.

Para denominar una venta en liquidación deberá transcurrir un período de 12 meses desde la finalización de la anterior, salvo que venga propiciada por causa de siniestro o fuerza mayor.

Artículo 28. *Venta en promoción.*

1. Es venta en promoción aquella que tiene por finalidad dar a conocer o potenciar la venta de determinados productos o servicios ofreciendo a los compradores condiciones ventajosas mediante descuentos, regalos, premios o cualquier otro incentivo.

2. La venta en promoción tendrá que ir precedida o acompañada de información suficiente, en la que deberán figurar con claridad:

- a) Los productos o servicios objeto de promoción.
- b) Las condiciones de la promoción.
- c) El período de vigencia de la promoción.

3. El vendedor dispondrá de existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible, y la duración de la publicidad no excederá de la disponibilidad de existencias del producto ofertado.

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

Artículo 29. *Venta automática.*

1. Es venta automática la realizada mediante máquinas preparadas a tal efecto, previa introducción en las mismas del importe requerido, sin mediación del vendedor.

2. Para la práctica de esta modalidad figurarán en lugar visible de la máquina los siguientes datos:

- a) La homologación administrativa de la máquina empleada.
- b) La identificación del vendedor y de su domicilio para los supuestos de avería y reclamación.
- c) La descripción de las condiciones de funcionamiento y de los productos o servicios.

3. Las máquinas utilizadas en este tipo de venta deben incorporar un sistema de devolución del dinero para los supuestos de inexistencia de mercancía o funcionamiento deficiente.

4. Para la venta a través de máquinas automáticas de bebidas alcohólicas y tabaco se estará a lo previsto en la Ley 15/1988, sobre Prevención, Asistencia y Reinserción en materia de Drogodependencias o normativa que la sustituya o desarrolle.

5. La venta automática de productos alimenticios sólo se permitirá cuando éstos se hallen envasados y etiquetados según la normativa específica vigente.

6. Los ayuntamientos, al conceder autorización para su colocación fuera de los establecimientos comerciales, tendrán en cuenta, entre otros criterios, las condiciones que concurren en los lugares públicos demandados y el equipamiento comercial existente en la zona.

CAPÍTULO III

Prácticas comerciales especiales

Artículo 30. *Venta en cadena o en pirámide.*

1. Se entiende por venta en pirámide o en cadena cualquier tipo de venta en la que se ofrece a los consumidores o usuarios productos o servicios a precio reducido e incluso gratuito a condición de que éstos consigan, directa o indirectamente, otros clientes o un determinado volumen de ventas.

2. Queda prohibida la mediación de los consumidores o usuarios en las prácticas en cadena o piramidales.

Artículo 31. *Oferta de premios o regalos mediante sorteo.*

Cuando un comerciante comunique a cualquier consumidor o usuario que ha sido agraciado por sorteo con un premio o bien con la entrega de un obsequio, no puede condicionar, directa o indirectamente, su entrega a la compra de productos o servicios.

TÍTULO IV

De los certámenes comerciales

Artículo 32. *Certámenes comerciales. Concepto.*

1. Se denominan certámenes comerciales las manifestaciones de carácter comercial que tengan por objeto la exposición, difusión y promoción comercial de bienes y/o servicios, facilitar el acercamiento entre la oferta y la demanda que conduzca a la realización de transacciones comerciales y potenciar la transparencia del mercado. Previa autorización del Departamento competente en materia de certámenes comerciales, podrán llevarse a cabo ventas directas durante su desarrollo.

2. Los certámenes comerciales definidos en el número anterior recibirán la denominación de «ferias» cuando su celebración tenga carácter periódico, y «exposiciones» cuando carezcan de dicho carácter.

3. Reglamentariamente se determinará la clasificación de los certámenes comerciales, en función tanto de la procedencia como de las características de los bienes y/o servicios a exhibir.

Artículo 33. *Certámenes comerciales oficiales.*

1. Los certámenes comerciales tendrán la calificación de oficiales cuando su organización y celebración haya sido autorizada por el Departamento competente en esta materia, previo el cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se determinen, y estén incluidos en el Calendario Oficial de Certámenes Comerciales del País Vasco elaborado anualmente por el mencionado Departamento y publicado en el Boletín Oficial del País Vasco. La celebración de certámenes comerciales oficiales se realizará sin ánimo de lucro.

2. Los términos «feria oficial», «feria oficial de muestras», «feria oficial monográfica», «exposición oficial», «salón oficial monográfico» o similares, incluyan o no referencias a su ámbito, únicamente podrán ser utilizados por las manifestaciones comerciales a que se refiere el número anterior del presente artículo.

3. La organización y celebración de certámenes oficiales, cuando por la procedencia de los bienes y/o servicios a exhibir tengan un ámbito igual o superior al del territorio del País Vasco, podrá reservarse, con carácter exclusivo, a las instituciones feriales definidas en el artículo 35 de la presente ley, en los términos que reglamentariamente se determinen.

4. Cada uno de los certámenes comerciales oficiales contará con un comité encargado de marcar a los organizadores de los mismos las principales pautas para su desarrollo. La designación de los miembros de los comités será competencia de la entidad organizadora del certamen comercial correspondiente, debiendo informar de la misma al Departamento competente en materia de certámenes comerciales, quien a su vez podrá designar uno o varios representantes en los mismos. Su composición, competencias y funcionamiento se determinará reglamentariamente.

Artículo 34. *Comisión de certámenes comerciales.*

1. El Gobierno Vasco, a propuesta del Departamento competente en la materia, creará un Comisión de Certámenes Comerciales del País Vasco, adscrita a dicho Departamento, como órgano de encuentro de instituciones y agentes económicos y sociales, cuya competencia será la de elevar propuestas y asesorar en materia de política ferial.

2. Reglamentariamente se determinarán sus funciones, composición y régimen de funcionamiento. Participarán en el mismo las Diputaciones Forales de los Territorios Históricos, una representación de la Asociación de Municipios Vascos, las Cámaras Oficiales de Comercio del País Vasco, las organizaciones empresariales y los sectores económicos con mayor implicación en las manifestaciones comerciales a celebrar en el País Vasco.

Artículo 35. *Organizadores de certámenes comerciales.*

1. Los certámenes comerciales a que se refiere el presente título podrán ser organizados por:

- a) Instituciones feriales.
- b) Otras entidades organizadoras, públicas o privadas.

2. Son instituciones feriales las entidades con personalidad jurídica propia y sin ánimo de lucro, cuyo objeto sea la promoción y organización de certámenes comerciales.

Las instituciones feriales se regirán por sus estatutos, los cuales regularán todo lo relativo a su constitución, administración, composición y disolución, así como las facultades de sus órganos de gobierno, en los que estarán representados el Gobierno Vasco, la Diputación Foral que en su caso corresponda, el Ayuntamiento y la Cámara Oficial de Comercio del domicilio de la institución, sin perjuicio de la participación de otros entes públicos o privados. Los estatutos de las instituciones feriales deberán ser aprobados por el Departamento del Gobierno Vasco competente en materia de certámenes comerciales.

3. Reglamentariamente se determinarán las condiciones y requisitos para su válida constitución y para el ejercicio de su actividad como institución ferial.

Artículo 36. *Registro Oficial de Certámenes Comerciales.*

1. El Gobierno Vasco creará un Registro Oficial de Certámenes Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco dependiente del Departamento competente en dicha materia.

2. El Registro Oficial de Certámenes Comerciales constará de dos secciones. En la sección primera se inscribirán, preceptivamente, las instituciones feriales y las demás entidades organizadoras cuyo objeto consista en la organización de certámenes comerciales oficiales, previo cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

En la sección segunda se inscribirán los certámenes comerciales autorizados y calificados como oficiales por el Departamento competente en la materia, previo el cumplimiento de los requisitos y plazos que reglamentariamente se determinen. La inscripción determinará la inclusión del certamen de referencia en el Calendario Oficial de

Certámenes Comerciales del País Vasco. Así mismo, se inscribirán en esta sección y se incluirán en el citado Calendario Oficial los certámenes comerciales calificados como internacionales por la autoridad competente.

Artículo 37. *Subvenciones y ayudas.*

Para acceder a subvenciones o a cualquier otro tipo de ayuda pública para la celebración de certámenes comerciales, se exigirá como requisito que se hallen inscritos en la sección segunda del Registro señalado en el artículo anterior.

TÍTULO V

De las infracciones y sanciones

Artículo 38. *Infracciones.*

1. Sin perjuicio de las responsabilidades que de otro orden pudieran derivarse, constituye infracción en materia de ordenación de la actividad comercial:

- a) La realización de las prácticas prohibidas en el apartado 2 del artículo 5.
- b) El incumplimiento de las condiciones establecidas para el ejercicio de la actividad comercial.
- c) El incumplimiento de las condiciones que deben reunir los productos o servicios ofertados, la falta de información sobre los mismos y el incumplimiento de las obligaciones sobre documentación, en los términos del artículo 8.
- d) El incumplimiento de las disposiciones sobre precios y otras condiciones de venta contenidas en el artículo 9.
- e) La publicidad engañosa y la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, actividades, bienes o servicios, en los términos establecidos en la legislación vigente.
- f) La realización de actividades comerciales al margen de lo establecido en el artículo 11.
- g) El incumplimiento de las normas relativas a la apertura de establecimientos comerciales.
- h) El incumplimiento de las normas relativas a la información de horarios comerciales.
- i) La venta ambulante sin autorización o con incumplimiento de las condiciones establecidas en la misma sobre productos, lugares, días y horas, así como titulares autorizados y su identificación permanente.
- j) La venta a domicilio sin la correspondiente autorización o con incumplimiento de lo previsto en los artículos 20 y 21.
- k) La venta a distancia sin autorización o con incumplimiento de lo previsto en el artículo 22.
- l) La venta ocasional sin autorización o con incumplimiento de lo previsto en el artículo 23.
- m) La venta con rebaja sin previa comunicación o con incumplimiento de lo previsto en el artículo 24.
- n) La venta de saldos con incumplimiento de lo previsto en el artículo 25.
- ñ) La venta en liquidación sin previa comunicación o con incumplimiento de lo previsto en los artículos 26 y 27.
- o) La venta en promoción con incumplimiento de lo previsto en el artículo 28.
- p) La venta automática con incumplimiento de lo previsto en el artículo 29.
- q) La utilización del consumidor o usuario en la venta piramidal o en cadena.
- r) Las prácticas comerciales sustentadas en sorteos contraviniendo lo establecido en el artículo 31.

s) El empleo inadecuado en la designación de los certámenes comerciales a la que se refiere el artículo 32.

t) La organización y celebración de certámenes comerciales oficiales sin autorización o con ánimo de lucro, la utilización del término «oficial» sin haber obtenido dicha calificación y la venta directa de productos sin autorización.

u) La inexistencia de comité en los certámenes comerciales oficiales o el incumplimiento de las obligaciones derivadas de su normativa de desarrollo.

v) El ejercicio de la actividad de las instituciones feriales sin ajustarse a su normativa reguladora.

w) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la obtención de información requerida por las autoridades y sus agentes en orden al ejercicio de las funciones de vigilancia de lo establecido en la presente ley y normas que la desarrollen, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.

2. Las infracciones se calificarán como leves, graves o muy graves.

Artículo 39. *Infracciones leves.*

Son infracciones leves las simples inobservancias de las disposiciones contenidas en la presente ley y en la normativa de desarrollo, sin trascendencia directa de carácter económico ni perjuicio para los consumidores, siempre que no estén calificadas como graves o muy graves.

Artículo 40. *Infracciones graves.*

Se califican como graves las infracciones siguientes:

- a) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.
- b) Las que tengan trascendencia directa de carácter económico o causen perjuicio a los consumidores.
- c) Las que concurren con infracciones sanitarias graves.
- d) La realización de actividades comerciales sin autorización preceptiva.
- e) La venta en rebaja de artículos que no hubieran sido puestos a la venta a su precio habitual con la antelación indicada en el artículo 24.
- f) Las previstas en los apartados s), t), u) y v) del artículo 38.
- g) Las contenidas en el apartado w) del artículo 38 cuando la negativa o resistencia sea reiterada o venga acompañada de coacciones, amenazas o cualquier otra forma de presión hacia las autoridades o sus agentes.
- h) El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de actividades infractoras.

Artículo 41. *Infracciones muy graves.*

Se calificarán como infracciones muy graves:

- a) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.
- b) Las que concurren con infracciones sanitarias muy graves o supongan grave riesgo para la seguridad de las personas.
- c) Aquellas infracciones graves que procuren un beneficio económico desproporcionado o alteren gravemente el orden económico.
- d) Las que originen graves perjuicios a los consumidores.

Artículo 42. *Reincidencia.*

Hay reincidencia cuando se hayan cometido en el término de un año más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme.

Artículo 43. Sanciones.

1. Las infracciones leves serán sancionadas con multas de hasta 250.000 pesetas.
2. Las infracciones graves serán sancionadas con multas de hasta 1.500.000 pesetas. Este límite podrá alcanzarse por los ayuntamientos en materia de venta ambulante.
3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas de hasta 100.000.000 de pesetas. Los órganos competentes para imponerlas serán el Consejero del Departamento que tenga atribuida la materia de comercio, hasta 10.000.000 de pesetas, y el Consejo de Gobierno, desde 10.000.001 hasta 100.000.000 de pesetas.
4. El Consejo de Gobierno podrá acordar, en el supuesto de infracciones muy graves que supongan un alto riesgo para la salud o grave perjuicio económico o tengan importante repercusión social, el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo máximo de cinco años. En tal caso será de aplicación lo establecido en el artículo 39 de la Ley 8/1988, de 7 de abril de 1988, sobre Infracciones y Sanciones de orden social.
5. Las cuantías señaladas en este artículo para las sanciones podrán ser revisadas y en todo caso trienalmente actualizadas por decreto del Consejo de Gobierno, en función de la evolución del índice de precios al consumo.

Artículo 44. Otras actuaciones administrativas.

1. Con la finalidad de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, la autoridad que ordene la incoación del expediente podrá acordar la intervención cautelar de las mercancías falsificadas, fraudulentas, no identificadas o que incumplan los requisitos mínimos establecidos para su comercialización. Esta medida de carácter provisional se adoptará mediante acuerdo motivado, previa audiencia del interesado.
2. Con idénticos requisitos que los establecidos en el apartado anterior se podrá acordar la clausura o cierre de establecimientos e instalaciones que no cuenten con las autorizaciones preceptivas, o la suspensión de la actividad comercial hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos.
3. La autoridad a quien corresponda la resolución del expediente podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de las mercancías falsificadas, fraudulentas, no identificadas o que incumplan los requisitos mínimos establecidos para su comercialización. El decomiso como efecto accesorio de la sanción se ajustará a las mismas reglas que ésta.
4. Asimismo, con carácter accesorio el órgano sancionador podrá acordar, en los supuestos de infracción muy grave, que conlleven un alto riesgo para la salud o grave perjuicio económico o tengan importante repercusión social, la publicidad de las sanciones firmes, con cargo al infractor.

Artículo 45. Graduación de las sanciones.

En todo caso, para la graduación de las sanciones aplicables se tendrá en cuenta la trascendencia social de la infracción, el comportamiento especulativo del autor, la cuantía global de la operación objeto de infracción, la cuantía del beneficio obtenido con ella, la naturaleza de los servicios o productos vendidos, la posición en el mercado del infractor, los perjuicios causados y la intencionalidad o reiteración del infractor.

Artículo 46. Inspección.

El Gobierno Vasco y los ayuntamientos, en el ejercicio de sus funciones de vigilancia, podrán inspeccionar productos, actividades, instalaciones y establecimientos comerciales, así como solicitar a las empresas cuanta información resulte precisa en relación con los mismos.

Artículo 47. Procedimiento sancionador.

El procedimiento para la imposición de las sanciones a las infracciones previstas en esta ley y para los recursos que contra las resoluciones puedan interponerse será el establecido por la normativa de procedimiento administrativo en vigor.

Artículo 48. Prescripción.

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

2. El plazo de prescripción de las infracciones se computará desde el día en que se hubieran cometido.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

3. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

TÍTULO VI

De la acción administrativa sobre la actividad comercial**Artículo 49. Principios ordenadores.**

La acción administrativa se orientará de acuerdo con los principios de libre y leal competencia y la defensa de los legítimos intereses de los consumidores y usuarios, arbitrándose cuantas medidas procuren la racionalización y modernización de la actividad comercial y la transparencia del mercado.

Artículo 50. Reforma de las estructuras comerciales.

El Gobierno Vasco, a través del Departamento competente en materia de comercio, desarrollará cuantas actuaciones persigan una reforma de las estructuras comerciales en el territorio de la Comunidad Autónoma, y especialmente las encaminadas a:

- a) La modernización de las técnicas y medios de comercialización.
- b) La racionalización y reducción de costes del proceso de distribución.
- c) La formación de agrupaciones o unidades integradas entre empresas de comercio.
- d) La organización de enseñanzas profesionales a quienes se dedican o vayan a dedicarse a la actividad comercial, en coordinación con los Departamentos competentes en materia de educación y trabajo.
- e) La realización de estudios e investigaciones conducentes al mejor conocimiento de las estructuras y procesos de comercialización.
- f) Subsanan las deficiencias de infraestructura comercial.
- g) La asistencia técnica para la empresa comercial.

En la realización de tales actuaciones el Gobierno Vasco podrá recabar la colaboración de otras entidades públicas o privadas, suscribiendo los oportunos convenios o en la forma que resulte más adecuada a la consecución de los fines perseguidos.

TÍTULO VII

De la Comisión Consultiva de Comercio

Artículo 51. *La Comisión Consultiva de Comercio.*

1. La Comisión Consultiva de Comercio será el órgano consultivo del Departamento competente en materia de comercio para el desarrollo reglamentario de esta ley, así como para la política de promoción en el campo de la distribución comercial. Sus funciones, composición y normas de funcionamiento serán objeto de desarrollo reglamentario.

2. En dicha Comisión estarán representados:

- a) El Gobierno Vasco.
- b) Las Diputaciones y Ayuntamientos.
- c) Las empresas comerciales a través de sus organizaciones y de las Cámaras de Comercio.
- d) Los trabajadores, a través de los sindicatos más representativos.
- e) Los consumidores y usuarios, a través de sus organizaciones.
- f) Los técnicos y expertos que el Departamento competente en materia de comercio juzgue necesario nombrar para el mejor funcionamiento de la Comisión.

Disposición transitoria primera.

Aquellos ayuntamientos en cuyo término municipal se ejerza la venta ambulante sin regulación al efecto deberán establecerla en el plazo máximo de seis meses a partir de la entrada en vigor de la presente ley.

Disposición transitoria segunda.

Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 12, y en tanto no estén vigentes los instrumentos de ordenación a que hace referencia el artículo 13, la implantación de establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 metros cuadrados, la modificación de éstos o la ampliación que alcance o supere dicha superficie, requerirá autorización del Departamento competente en materia de comercio del Gobierno Vasco, previo informe de la Comisión de Ordenación del Territorio del País Vasco.

La autorización deberá tener en cuenta los costes sociales y efectos sobre el medio natural de dichos establecimientos, así como su repercusión respecto del nivel de cobertura de la demanda y condiciones de oferta en relación con su adecuación a los hábitos de compra, y su efecto sobre las previsiones de usos de suelo contenidas en el planeamiento de los municipios afectados. La resolución administrativa podrá determinar las condiciones de autorización considerando las medidas tendentes a paliar las consecuencias negativas que de estos aspectos se puedan derivar.

Disposición derogatoria.

Queda derogada la Ley 9/1983, de 19 de mayo, y su modificación por Ley 3/1986, de 19 de febrero. La restante normativa de ordenación comercial quedará vigente en cuanto no se oponga a la presente ley y hasta tanto no sea derogada por las disposiciones de desarrollo de la misma.

Disposición final.

Se autoriza al Gobierno Vasco a dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución de cuanto se previene en la presente ley.

Por consiguiente, ordeno a todos los ciudadanos de Euskadi, particulares y autoridades, que la guarden y hagan guardarla.

Palacio de Ajuria-Enea, 7 de junio de 1994.—El Lehendakari, José Antonio Ardanza Garro.

(Publicada en el «Boletín Oficial del País Vasco» número 111, de 13 de junio de 1994. Esta ley se publica en su redacción original aprobada por el Parlamento Vasco, de conformidad con lo previsto en el artículo 27.5 del Estatuto de Autonomía del País Vasco y el artículo 6.1.b) del Real Decreto 181/2008, de 8 de febrero, de ordenación del diario oficial «Boletín Oficial del Estado», sin perjuicio de su vigencia actual)