



BOLETIN OFICIAL  
DE LAS  
CORTES DE ARAGON

---

Núm. 71 - Año VII - Legislatura II - 12 de enero de 1989

---

**SUMARIO**

2. TEXTOS EN TRAMITACION

2.1. Proyectos de Ley

Proyecto de Ley sobre la ordenación de la actividad comercial en Aragón..... 1150

## 2. TEXTOS EN TRAMITACION

### 2.1. Proyectos de Ley

#### Proyecto de Ley sobre la ordenación de la actividad comercial en Aragón.

##### PRESIDENCIA DE LAS CORTES DE ARAGON

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 117 del Reglamento de las Cortes de Aragón, previo acuerdo de la Mesa en su reunión de 22 de diciembre de 1988, se ordena la remisión a la Comisión de Industria, Comercio y Turismo y la publicación en el Boletín Oficial de las Cortes de Aragón del Proyecto de Ley sobre la ordenación de la actividad comercial en Aragón, el cual se tramitará por el procedimiento legislativo común.

Los señores Diputados y los Grupos Parlamentarios disponen de un plazo de 15 días hábiles, que finalizará el próximo día 17 de febrero, para presentar enmiendas al citado Proyecto de Ley, cuyo texto se inserta a continuación.

Zaragoza, 22 de diciembre de 1988.

El Presidente de las Cortes  
JUAN BAUTISTA MONSERRAT MESANZA

#### *Proyecto de Ley sobre la ordenación de la actividad comercial en Aragón*

##### PREAMBULO

El Estatuto de Autonomía, norma institucional básica de Aragón, al reconocer a ésta competencia exclusiva, tanto en materia de ferias y mercados interiores (art. 35.1.13) como de planificación de la actividad económica y fomento del desarrollo económico de la comunidad autónoma (art. 35.1.14), está asimismo facultándola para el ejercicio de todas las potestades necesarias para llevar a la práctica tales competencias. De ahí la habilitación que el propio Estatuto lleva a cabo al atribuir a Aragón competencias de desarrollo legislativo y ejecución en materia de comercio interior y defensa del consumidor y usuario, en el marco de la legislación básica del Estado, y en su caso, en los términos que la misma establezca (art. 36.1.c).

Para dar cumplimiento al mandato estatutario es por lo que se dicta esta Ley sobre la ordenación de la actividad comercial en Aragón.

La Ley está basada en tres principios fundamentales: en primer lugar el absoluto respeto a las normas emanadas del Estado central que integran la legislación básica sobre la materia; por otra parte, el respeto igualmente a las normas y principios que, emanados de las instancias comunitarias, están llamadas a informar todo el ordenamiento jurídico español sobre esta materia, y, por último, en la contemplación de las particulares circunstancias que concurren en la Comunidad Autónoma de Aragón y que exigen de un tratamiento particularizado de determinados aspectos del comercio interior,

fundamentalmente la actuación pública sobre la actividad comercial, sobre todo en cuanto a la reforma y modernización de las estructuras comerciales y el control de los operadores económicos que intervienen en este sector de la vida económica. Criterios todos que tienen como «ratio» última la promoción de la actividad comercial en el territorio de esta Comunidad Autónoma y la protección de los dos principales intereses que en la misma concurren: el interés de los comerciantes, en cuanto a la existencia de un sector moderno, bien equipado y que cubra de manera racional el territorio de Aragón, y el de los consumidores en cuanto a la existencia de unidades comerciales competitivas, cercanos a sus lugares de residencia y con altos niveles de transparencia en cuanto a la calidad y precio de los productos que ofertan al público.

Para conseguir dichos objetivos la Ley regula el régimen administrativo de la actividad comercial, prestando particular atención a los requisitos que debe reunir cualquier comerciante para poder tener acceso a la actividad; distingue entre los distintos tipos de equipamientos comerciales, prestando una especial atención a las grandes superficies; establece el régimen jurídico-administrativo de determinadas modalidades de ventas especiales, y establece las principales líneas de actuación de los poderes públicos sobre la actividad comercial, tanto en la dimensión de fomento de dicha actividad y de reforma de sus estructuras, como en la de sanción de aquellas prácticas comerciales que atenten contra la disciplina que debe presidir todo mercado.

##### TITULO PRELIMINAR

**Artículo 1.**— La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial, el planeamiento, reforma y modernización de las estructuras comerciales, y determinadas ventas especiales.

**Artículo 2.**— 1. A los efectos de esta Ley se entiende por actividad comercial la llevada a cabo, con habitualidad y ánimo de lucro, por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, tanto sea por cuenta propia como ajena, y dirigida a poner a disposición de los consumidores y usuarios bienes y servicios susceptibles de tráfico comercial.

2. No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley:

- a) La prestación de servicios bancarios, de seguros y de transportes cualesquiera que sea el medio utilizado.
- b) El ejercicio de profesiones liberales.
- c) Los suministros de agua, gas, electricidad y teléfonos.
- d) Los servicios de bares, restaurantes y hostelería en general.

e) Cualesquiera otra actividad comercial que por su propia naturaleza o por estar así reglamentariamente establecido esté sometida a control por parte de los poderes públicos.

3. La presente Ley se aplicará en el territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón.

**TITULO I**

## REGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

**CAPITULO I**

## DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

*Sección 1.ª Del marco en el que se desarrolla la actividad comercial.*

**Artículo 3.**— La actividad comercial, que tiene su fundamento último en el derecho a la libertad de empresa, debe realizarse en el marco de la economía de mercado, de acuerdo con las exigencias de la economía general y, en su caso, de la planificación.

*Sección 2.ª De los requisitos para el ejercicio de la actividad comercial.*

**Artículo 4.**— 1. Podrán ejercer la actividad comercial quienes ostenten la capacidad jurídica necesaria con arreglo a lo establecido en la legislación mercantil y reúnan los requisitos generales y particulares establecidos por esta Ley.

2. Son requisitos generales para el ejercicio de cualquier actividad comercial.

1.º Estar inscrito en el Registro General de Empresarios de Comercio que se llevará bajo la dependencia inmediata del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la Diputación General de Aragón.

2.º Estar dado de alta en los Registros correspondientes a efectos tributarios y de Seguridad Social.

3.º Cumplir las normas técnico-sanitarias que le sean de aplicación según el tipo de actividad a que se pretenda dedicar.

4.º Observar las normas de esta Ley y demás normativa vigente.

3. Sin perjuicio del principio general de libertad de establecimiento y de acuerdo con la normativa vigente, la Diputación General de Aragón podrá exigir determinadas aptitudes, condiciones o titulación para el ejercicio de aquellas actividades comerciales sujetas a especial concesión o autorización administrativa y que requieran un tratamiento singular por razón de la naturaleza del producto o del servicio proporcionado o por consideraciones de servicio público.

**CAPITULO II**

## DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y DE LOS PRECIOS

**Artículo 5.**— Los productos y, en su caso, los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios tanto en los establecimientos comerciales como en los restantes lugares de contratación regulados en esta Ley deberán cumplir lo dispuesto en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y normas que la complementen y desarrollan.

**Artículo 6.**— Los comerciantes tendrán libertad para fijar los precios de los productos y servicios, sin perjuicio de las limitaciones establecidas por la legislación vigente en materia de precios y márgenes comerciales y de protección de la libre competencia.

En todo caso, los precios de los productos y servicios, así como su exhibición al público, deberán cumplir lo dispuesto

en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y normas que la complementan y desarrollan.

**CAPITULO III**

## DE LOS HORARIOS COMERCIALES

**Artículo 7.**— 1. El horario de apertura y cierre de los establecimientos comerciales de venta y distribución de mercancías o de prestación de servicios al público, así como los días y número de horas de actividad semanal de los mismos, será de libre fijación por las empresas.

2. No obstante lo dispuesto en el número anterior, el Departamento de Industria, Comercio y Turismo podrá, con carácter excepcional y sólo para determinados sectores de la actividad comercial cuyas características específicas así lo requieran, establecer reglamentariamente el horario al que deberán someterse.

3. Lo dispuesto en los números anteriores en ningún caso podrá perjudicar los derechos reconocidos al trabajador por la legislación laboral.

**TITULO II**

## DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL

**CAPITULO I**

## DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL MAYORISTA

**Artículo 8.**— La actividad comercial mayorista no podrá ejercerse simultáneamente con la minorista salvo que se mantengan debidamente diferenciadas y se respeten las normas específicas aplicables a cada una de ambas modalidades de distribución.

**CAPITULO II**

## DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL MINORISTA

**Artículo 9.**— 1. La actividad comercial minorista debe, salvo los supuestos especialmente previstos en esta Ley, desarrollarse en establecimientos permanentes, por cualquiera de los métodos de venta admitidos por la práctica comercial.

2. Se exceptúa de lo dispuesto en el número anterior:

1.º La venta por los fabricantes, dentro del recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción.

2.º La venta por los artesanos, en el propio taller, de los productos resultantes de su actividad.

3.º La venta directa por los agricultores y ganaderos, o por las Cooperativas formadas por éstos, de los productos agropecuarios en estado natural y en el lugar de su producción.

**Artículo 10.**— 1. Las Cooperativas de Consumidores y Usuarios, así como cualesquiera otras que suministren bienes y servicios a sus socios y a terceros, estarán obligadas a distinguir la oferta dirigida a los socios de la que se dirija al público en general.

2. Los economatos y en general cualquier tipo de establecimiento que, de acuerdo con la legislación vigente, suministren productos o servicios exclusivamente a una colectividad de empleados, beneficiarios o socios no podrán en ningún caso suministrarlos al público en general.

### TITULO III

#### DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

##### CAPITULO I

#### DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

**Artículo 11.**— A los efectos de esta Ley tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales edificados y las construcciones e instalaciones fijas y permanentes, cubiertas o sin cubrir, exteriores o interiores a una edificación, exentas o no, con o sin escaparates, en los que se desarrolle profesionalmente una actividad comercial conforme a lo dispuesto en el art. 2.

##### CAPITULO II

#### DE LA APERTURA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

**Artículo 12.**— 1. Sin perjuicio de la competencia reconocida a los municipios por la legislación sobre régimen local, para la apertura, modificación o ampliación de grandes superficies de venta y al objeto de adecuar el equipamiento comercial de las poblaciones de Aragón a las necesidades de consumo y compra, el Departamento de Industria, Comercio y Turismo elaborará un Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón al cual deberán ajustarse las ordenanzas municipales en materia de apertura de establecimientos comerciales. En ausencia de previsión al respecto en el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, dicha apertura, modificación o ampliación requerirá de la previa autorización de la correspondiente Comisión Provincial de Equipamiento Comercial.

2. Dicho Plan tendrá entre sus principales objetivos la consecución para los municipios de la Comunidad Autónoma de Aragón de:

- a) Un nivel adecuado de equipamiento comercial y de distribución territorial.
- b) La introducción progresiva y armónica de los nuevos sistemas de venta en la estructura comercial.
- c) La protección de la libre competencia dentro de la defensa de la pequeña y mediana empresa.
- d) La seguridad, salubridad y estética públicas.

3. La elaboración del Plan y su aplicación en las tres provincias de la Comunidad Autónoma de Aragón se hará por las Comisiones Provinciales de Equipamientos Comerciales que, bajo la presidencia del Director General de Comercio de la Diputación General de Aragón, estarán integradas por:

- a) Tres vocales en representación de los Departamentos de la Administración Autonómica más directamente afectados por el planeamiento comercial.
- b) 5 vocales en representación de los Ayuntamientos de

la provincia, atendiendo a los diversos niveles de población propuestos por las organizaciones que los representen.

c) 5 vocales en representación del sector comercial de la correspondiente provincia, propuestos por la Cámara Oficial de Comercio e Industria y por las organizaciones de comerciantes más representativas.

d) 2 vocales en representación de los consumidores, propuestos por sus organizaciones con mayor implantación en la provincia.

e) 2 vocales designados libremente por el Consejero de Industria, Comercio y Turismo entre personas de reconocido prestigio en el campo de los equipamientos comerciales.

f) un secretario, con voz y sin voto, que será designado por el Presidente entre el personal de su Departamento.

4. A los efectos de esta Ley se consideran grandes superficies:

a) En las poblaciones con menos de 20.000 habitantes, aquellos establecimientos con una superficie de venta al público superior a los 750 metros cuadrados.

b) En las poblaciones con más de 20.000 habitantes, aquellos establecimientos con una superficie de venta al público superior a los 1.000 metros cuadrados.

c) En las poblaciones con más de 500.000 habitantes, aquellos establecimientos con una superficie de venta al público superior a los 2.000 metros cuadrados.

5. Reglamentariamente se establecerán las normas sobre funcionamiento de las Comisiones Provinciales de Equipamientos Comerciales.

##### CAPITULO III

#### DE LOS MERCADILLOS Y MERCADOS DE OCASION

**Artículo 13.**— 1. Los Ayuntamientos podrán autorizar las ventas en mercadillos, determinando el número de puestos de cada uno y el tipo de productos que pueden ser vendidos de conformidad con la legislación en vigor en materia de ventas fuera del establecimiento.

2. Los mercadillos de nueva creación sólo podrán autorizarse previo informe de la Cámara Oficial de Comercio, de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios y de las Asociaciones Empresariales de su demarcación sobre la necesidad de los mismos y el número máximo de puestos de que pueden constar sin que puedan situarse en calles peatonales comerciales.

**Artículo 14.**— 1. Se entienden por mercados de ocasión a efectos de lo dispuesto en esta Ley aquellos lugares o establecimientos en los que se llevan a cabo transacciones de productos que por sus especiales circunstancias (productos de segunda mano, con pequeños defectos, fuera de moda, restos de existencias, u otras) se realizan en condiciones más ventajosas para los compradores que en los establecimientos habituales.

2. Queda prohibida la venta en dichos mercados de productos distintos de los enunciados en el número anterior.

3. Reglamentariamente se establecerán los requisitos que deberán reunir los comerciantes que se dediquen a esta actividad, así como los productos que ofezcan en venta y los lugares en los que podrán instalarse los mercados de ocasión cuando no radiquen en establecimientos permanentes.

## TITULO IV

## DE LAS FERIAS COMERCIALES

**Artículo 15.**— 1. A los efectos de la presente Ley se consideran ferias comerciales las manifestaciones de carácter comercial, realizadas de forma periódica en el territorio de la Comunidad Autónoma, cuyo objeto sea la exposición de bienes y servicios, y en las cuales no se realicen ventas directas con retirada de mercancía del recinto ferial. No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, el Departamento de Industria, Comercio y Turismo podrá en casos especiales y en virtud de las características de la oferta exhibida, autorizar la práctica de la venta directa con retirada de mercancía.

2. Las denominaciones «Feria», «Feria de Muestras», «Feria Sectorial o Monográfica» y «Salón Sectorial o Monográfico», sólo podrán ser utilizadas en las manifestaciones comerciales autorizadas de conformidad con esta Ley y disposiciones que la desarrollan.

3. Se exceptúan de esta regulación aquellos Mercados de Ganado, Artesanía y otros de tipo similar, a veces llamados Ferias, que se vienen realizando tradicionalmente en el territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón.

**Artículo 16.**— 1. Se crea el Registro Oficial de Ferias Comerciales de Aragón adscrito al Departamento de Industria, Comercio y Turismo. (Dirección General de Comercio y Consumo), en el que deberán inscribirse las Instituciones FERIALES, las restantes Entidades Organizadoras y las Ferias Comerciales, recogiendo los datos de su autorización, así como todas las modificaciones que se autoricen.

2. Reglamentariamente se establecerán los supuestos que dan lugar a la exclusión del Registro así como la tramitación de los expedientes incoados a tal fin.

**Artículo 17.**— 1. Con carácter de órgano consultivo y adscrita al Departamento de Industria, Comercio y Turismo, se crea la Comisión de Ferias Comerciales.

2. Son funciones de dicha Comisión:

1.<sup>a</sup> Emitir, con carácter preceptivo, el correspondiente informe para cada solicitud de realización de nuevas Ferias Comerciales, así como de cualquier modificación en las condiciones de las ya autorizadas.

2.<sup>a</sup> Informar la publicación del calendario anual de Ferias Comerciales Oficiales.

3.<sup>a</sup> Elaborar cuantos informes le sean requeridos por la Consejería de Industria, Comercio y Turismo.

4.<sup>a</sup> Cualesquiera otra que reglamentariamente se le atribuya.

3. Reglamentariamente se determinarán las distintas clases de manifestaciones feriales, las entidades que pueden organizarlas, el procedimiento para la autorización de estas, las obligaciones que asumen las instituciones feriales y las entidades organizadoras, y los procedimientos de supervisión y control de los Comités Organizadores de cada Feria Comercial, así como los medios de promoción de las mismas.

## TITULO V

## MODALIDADES ESPECIALES DE VENTA

## CAPITULO I

## DE LAS VENTAS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

*Sección 1.<sup>a</sup> Definición general y prohibiciones.*

**Artículo 18.**— 1. Toda actividad comercial debe, salvo

los supuestos especialmente previstos en esta Ley, desarrollarse en el propio establecimiento permanente del vendedor por cualquiera de los métodos de venta admitidos por la práctica comercial.

2. No se admiten otras modalidades de venta distintas de las previstas en la presente Ley o en disposiciones posteriores.

**Artículo 19.**— En ningún caso serán admisibles las modalidades de venta consistentes en la remisión al comprador de productos o de ofertas de servicios con el fin de provocar su tácito consentimiento, de forma que si no desea su adquisición se vea obligado a devolverlos al vendedor. En tales supuestos la persona a quien van dirigidos los productos o servicios no contrae ninguna obligación de pago, ni de depósito, ni de restitución de los objetos o documentos enviados, incurriendo quien los practique en la pertinente infracción administrativa sancionada por esta Ley.

**Artículo 20.**— 1. Quedan prohibidas las ventas en cadena así como la participación en las mismas.

2. Se consideran ventas en cadena, en pirámide o bola de nieve aquellas en las que el vendedor ofrece sus productos o servicios a los posibles clientes haciendo depender una reducción de su precio o, incluso, su eventual gratuidad del número de clientes o del volumen de ventas que a su vez aquel consiga, ya sea directa o indirectamente, bien para el organizador o para un tercero.

*Sección 2.<sup>a</sup> Ventas ambulantes.*

**Artículo 21.**— 1. Se consideran ventas ambulantes a los efectos de esta Ley las realizadas por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente, en puestos o instalaciones desmontables (transportables o móviles), ubicados en solares y espacios abiertos o en la vía pública, en lugares y fechas variables. Dichos puestos o instalaciones no podrán situarse en los accesos a lugares comerciales o industriales, ni a sus escaparates o exposiciones, ni a edificios de uso público.

2. Reglamentariamente se determinarán los requisitos que deberán cumplir los comerciantes que pretendan dedicarse a esta modalidad de venta así como los perímetros urbanos en los que en ningún caso podrá ejercerse la venta ambulante.

3. Los Ayuntamientos de la Comunidad Autónoma de Aragón podrán aprobar, ajustándose a lo dispuesto en esta Ley y sin contradecirla, sus propias ordenanzas reguladoras de esta actividad comercial, teniendo en cuenta las peculiaridades de cada población.

*Sección 3.<sup>a</sup> Ventas domiciliarias.*

**Artículo 22.**— 1. Se consideran ventas domiciliarias a efectos de esta Ley aquellas modalidades de venta en las que el vendedor acude directamente a ofrecer sus productos o servicios al domicilio del comprador. 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 el cliente y quien realiza el reparto o su principal.

2. En ningún caso podrán venderse a domicilio bebidas, productos alimenticios ni aquellos otros que, por su forma

de presentación o por otras circunstancias, no cumplan las normas técnico-sanitarias que regulan su venta.

**Artículo 23.**— Reglamentariamente se establecerán los requisitos que deberán cumplir las empresas que se dediquen a la venta domiciliaria de productos o servicios.

#### *Sección 4.ª Ventas a distancia.*

**Artículo 24.**— A los efectos de esta Ley se consideran ventas a distancia aquellas en las que el vendedor formula mediante cualquier medio de comunicación (postal, telegráfica, vía télex, telefónica, por videotexto, por ordenador) ofertas de sus productos o servicios, solicitando que los destinatarios hagan sus pedidos mediante el mismo u otro medio de comunicación.

**Artículo 25.**— En las modalidades de venta a distancia las ofertas deberán ser claras y completas, incluyendo, como mínimo, los datos de identificación de la empresa oferente, la descripción clara del producto o servicio de que se trate, el precio, las condiciones de pago, los gastos que deberán correr a cargo del comprador y el plazo del envío.

**Artículo 26.**— Reglamentariamente se establecerán los requisitos que deberán cumplir las empresas que se dediquen a la venta a distancia de productos o servicios.

#### *Sección 5.ª Ventas automáticas.*

**Artículo 27.**— 1. Se considera venta automática a los efectos de esta Ley aquella en la cual el comprador adquiere la mercancía o el servicio de que se trate directamente de una máquina preparada a tal efecto y mediante la introducción en la misma del importe requerido, sin que en toda la operación exista intervención alguna del vendedor o de sus dependientes.

2. No privará a una venta de su condición de automática el hecho de que la máquina vendedora se encuentre instalada en el mismo establecimiento del vendedor.

**Artículo 28.**— Las máquinas destinadas a este tipo de venta deberán reunir los requisitos que reglamentariamente se determinen y, en todo caso, los siguientes:

1. Haber sido homologadas por la autoridad administrativa competente.

2. Contener un sistema también automático de recuperación de monedas para los supuestos de error, inexistencia de mercancías o mal funcionamiento de la máquina.

3. Llevar claramente expuesto el nombre o razón social y el domicilio del empresario a quien pertenecen, así como un número de teléfono del mismo término municipal en el que están instaladas al que, dentro de los horarios de apertura de los establecimientos comerciales, se puedan cursar avisos en los supuestos de avería.

4. Llevar claramente expuesto el precio exacto del producto o servicio que vendan, así como los tipos de monedas que admiten para la obtención de aquéllos.

## CAPITULO II

### DE LAS VENTAS PROMOCIONALES

#### *Sección 1.ª Definición general.*

**Artículo 29.**— 1. A los efectos de esta Ley y con carácter

general se consideran ventas promocionales aquellas en las que las ofertas de productos o de prestación de servicios hechas por el vendedor a los compradores se realizan en condiciones más ventajosas que las habituales.

2. Las ventas promocionales solamente serán lícitas cuando respeten las normas establecidas en los artículos siguientes y demás legislación vigente que les sea de aplicación.

#### *Sección 2.ª Ventas a pérdida.*

**Artículo 30.**— 1. Se consideran ventas a pérdida la reventa que hace un comerciante a precio inferior al de compra o de reposición, si el nuevo aprovisionamiento se ha hecho o se puede hacer a la baja.

2. A efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior se entiende por precio de compra para el comerciante el que resulta de deducir del precio unitario de factura todas las bonificaciones hechas por el suministrador y añadir los impuestos directos sobre el producto y los portes a su cargo; siempre que todas estas cantidades figuren en la factura o se justifiquen documentalmente.

No podrán deducirse las retribuciones y bonificaciones que compensen servicios prestados al margen de la contra-prestación correspondiente a la entrega de la mercancía, como la remuneración de la actividad de promoción realizada por los concesionarios, distribuidores, vendedores con franquicia u otros exclusivistas.

Si el que vende al consumidor es el mismo fabricante, o si se trata de evaluar la prestación de un servicio complementario de la reventa, el precio equivalente a la compra será el costo de fabricación o de prestación del servicio.

#### *Sección 3.ª Ventas con prima.*

**Artículo 31.**— 1. A los efectos de la presente Ley se consideran ventas con prima, aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales premio o similares vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados productos o servicios.

2. En ningún caso será admisible esta modalidad de venta cuando vaya referida a la promoción o venta de productos o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado o de productos o servicios destinados exclusiva o preferentemente a los niños.

3. Durante el período de duración de la oferta con prima queda prohibido modificar el precio o la calidad del producto principal al que aquella acompaña.

4. Las ventas con prima se ajustarán en cuanto a los casos en que proceden, sus formas, duración, efectos y garantías a lo dispuesto en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y en las normas que la complementan y desarrollan.

5. En todo momento las Administraciones públicas podrán dirigirse a los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta en cualquiera de sus variantes, de oficio o a petición de los comerciantes competidores, de los compradores o de las Asociaciones de Consumidores, para exigirles la información necesaria para comprobar la veracidad de la oferta, su duración, la suficiencia de la información facilitada sobre la misma, el mantenimiento del precio y de la calidad del producto o servicio ofertado y cualquier otro dato relevante para poder apreciar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

*Sección 4.ª Ventas en rebaja.*

**Artículo 32.**— 1. A los efectos de esta Ley se consideran ventas en rebaja las efectuadas por los comerciantes en determinadas épocas del año, generalmente los cambios de estación y fin de temporada, con reducción de sus márgenes comerciales.

2. En las ventas en rebaja las reducciones de los precios deberán consignarse exhibiendo, junto al precio habitual practicado por el mismo vendedor, el precio rebajado. En todo momento las Administraciones públicas podrán exigir, de oficio o a petición del comprador o de una Asociación de Consumidores, la prueba de haberse aplicado los precios indicados como habituales.

**Artículo 33.**— Queda prohibida la venta en rebajas de los productos mencionados en el artículo 37 así como de productos adquiridos expresamente para este fin, presumiéndose que lo han sido aquellos que no hayan sido puestos a la venta antes del inicio de las rebajas.

**Artículo 34.**— Las ventas en rebajas sólo podrán anunciarse en los medios de comunicación con una semana de antelación como máximo y sólo durante los diez últimos días podrán utilizarse expresiones publicitarias que hagan referencia concreta a la oferta final de la venta de rebajas.

*Sección 5.ª Ventas en liquidación.*

**Artículo 35.**— 1. A los efectos de esta Ley sólo se consideran ventas en liquidación y, en consecuencia, sólo podrán anunciarse como tales, las que se produzcan como consecuencia de las siguientes circunstancias:

1.º El cese total o parcial del negocio.

2.º El cambio de la orientación, actividad o estructura del negocio, cuando aquel obligue al cierre por un plazo superior a un mes.

3.º La transformación de la empresa o del establecimiento comercial.

4.º La venta de existencias del establecimiento de un comerciante fallecido realizada por sus herederos o responsables del negocio, o de un establecimiento traspasado realizada tanto por el transmitente como por el adquirente.

5.º El caso de siniestro que haya causado daño a la totalidad o a una parte importante de las existencias o de fuerza mayor que impida el ejercicio normal de la actividad comercial.

6.º La ejecución de resolución judicial, arbitral o administrativa.

2. En los casos previstos en los tres primeros números del párrafo anterior será imprescindible que el comerciante no haya liquidado productos similares por el mismo motivo en el período de un año.

**Artículo 36.**— Para que pueda tener lugar una liquidación será preciso que con treinta días de antelación se comunique dicha decisión al Departamento de Industria, Comercio y Turismo (Dirección General de Comercio) precisando la causa de la misma y acompañando una relación de la mercancía a liquidar. Transcurridos veinte días sin resolución contraria, debidamente razonada por parte del Departamento, podrá el comerciante iniciar la liquidación en la fecha fijada en su solicitud exhibiendo en un lugar visible del establecimiento la comunicación antes aludida, debidamente sellada.

*Sección 6.ª Ventas de saldo.*

**Artículo 37.**— 1. Se consideran ventas de saldos a los efectos de esta Ley aquellas que tienen por objeto exclusivamente algunos de los productos siguientes:

1.º Productos cuya salida sea manifiestamente imposible a los precios habituales del mercado por razón de su pérdida de actualidad, siempre que los mismos hayan estado a la venta en el establecimiento del vendedor durante un período de tiempo no inferior a los seis meses.

2.º Productos que hayan sufrido una importante pérdida en su valor comercial debido a su obsolescencia o a la reducción objetiva de sus posibilidades de utilización.

3.º Productos defectuosos, deteriorados o desparejados.

2. En todo caso los productos objeto de esta modalidad de venta no deberán comportar riesgo ni engaño para el adquirente, estando el comerciante obligado a advertir al comprador de las circunstancias concretas que concurren en los mismos.

**Artículo 38.**— La venta de saldos únicamente podrá practicarse en establecimientos comerciales o puestos de venta ambulante dedicados exclusivamente a esta finalidad. Sólo excepcionalmente podrá serlo con carácter ocasional en los mismos establecimientos o puestos de venta ambulantes donde se ofrezcan al público productos no incluidos en el artículo anterior, debiendo en estos casos comunicarse previamente al Departamento de Industria, Comercio y Turismo (Dirección General de Comercio) y diferenciarse claramente las ventas de productos en saldo de las que no lo son.

**Artículo 39.**— Reglamentariamente se establecerán los requisitos que habrán de reunir los comerciantes que se dediquen exclusivamente a la venta de saldos así como las formalidades que deberá revestir la comunicación a que se refiere el artículo anterior y las medidas a adoptar para diferenciar las ventas de saldos de las que no lo son cuando ambas se realicen juntamente y de forma ocasional en un mismo establecimiento.

*Sección 7.ª Ventas con descuento.*

**Artículo 40.**— 1. A efectos de lo dispuesto en esta Ley se consideran ventas con descuento aquellas en las que los productos o mercancías de que trate se ofrecen al público con un determinado descuento, normalmente expresado en un tanto por ciento, con relación a los precios habitualmente practicados por el comerciante.

2. Las ventas con descuento sólo podrán efectuarse cumpliendo con los siguientes requisitos:

1.º Los productos o artículos ofrecidos no deberán estar afectados por causa alguna que reduzca su valor.

2.º La reducción del precio habitual de venta no constituirá, en ningún caso, venta a pérdida conforme a lo regulado en el art. 33.

3.º El comerciante que hace una oferta de venta con descuento para un determinado período deberá contar con existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible.

4.º La oferta de descuento de un determinado producto deberá mantenerse un mínimo de veinticuatro horas.

5.º La aplicación del descuento no se traducirá en ningún caso en un trato injustificadamente discriminatorio hacia los diferentes compradores, cuando cumplan las condiciones previstas en relación con los descuentos citados.

3. En todo momento las Administraciones públicas podrán dirigirse a los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta, de oficio o a petición de los comerciantes competidores, de los compradores o de las Asociaciones de Consumidores, para exigirles la información necesaria para comprobar la veracidad de la oferta, su duración, la suficiencia de la información facilitada sobre la misma, el mantenimiento del precio y de la calidad del producto o servicio ofertado y cualquier otro dato relevante para poder apreciar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

### CAPITULO III

#### DE LAS VENTAS CON APLAZAMIENTO

**Artículo 41.**— 1. A efectos de la presente Ley se considerarán ventas con aplazamiento aquellas en que la entrega total o parcial de los productos o de los servicios que las mismas tienen por objeto es diferida a un momento posterior a la estipulación del contrato.

2. En todo supuesto de venta con aplazamiento el comerciante deberá extender factura haciendo constar las prestaciones debidas y la parte del precio que haya recibido.

### TITULO VI

#### DE LA ACTUACION PUBLICA SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

#### CAPITULO I

#### INSTITUCIONES Y MEDIOS DE FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

**Artículo 42.**— La Diputación General de Aragón promoverá la actividad comercial a través de los siguientes órganos e instituciones:

- a) El Departamento de Industria, Comercio y Turismo.
- b) La Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón.

#### CAPITULO II

#### DE LA REFORMA DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES

**Artículo 43.**— La Diputación General de Aragón, por medio del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, desarrollará una política de reforma de las estructuras comerciales encaminada a la modernización y racionalización del sector. Dicha política tendrá como principales líneas de actuación las siguientes:

1.<sup>a</sup> Proporcionar una formación permanente, continuada y actualizada, a empresarios y trabajadores del sector a fin de lograr una mayor productividad y eficacia en su gestión.

2.<sup>a</sup> Apoyar técnica y financieramente la introducción de nuevas tecnologías, la integración y asociacionismo de pequeñas y medianas empresas y, en general, cualquier acción o proyecto que redunde en la obtención de canales de comercialización con menores costes de intermediación, mayor eficacia y mejor servicio y calidad para el consumidor y usuario.

3.<sup>a</sup> Promover proyectos de desarrollo de un adecuado urbanismo comercial, especialmente en los grandes núcleos poblacionales.

**Artículo 44.**— 1. Se crea la Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón (CRECA), como órgano colegiado integrado en el Departamento de Industria, Comercio y Turismo. A dicha Comisión se encomiendan las labores de informar sobre la política de reforma de las estructuras comerciales y de decidir sobre las propuestas de crédito que hayan sido formuladas por los servicios competentes del mencionado Departamento.

2. La composición, funciones y procedimiento de actuación de la Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón se regulará reglamentariamente.

### CAPITULO III

#### REGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES

##### Sección 1.<sup>a</sup> De las infracciones.

**Artículo 45.**— 1. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de cualquier otro orden que puedan concurrir, a cuyos efectos se dará oportuno traslado del expediente a la jurisdicción competente, serán sancionadas administrativamente las infracciones a las disposiciones de esta Ley.

2. En ningún caso se producirá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos.

3. La sanción deberá ir precedida de la tramitación del correspondiente expediente, el cual podrá ser iniciado de oficio, por reclamación por denuncia.

4. Las infracciones a que se refiere la presente Ley prescribirán a los cinco años, contados a partir del día en que la misma se hubiere cometido. La prescripción se interrumpirá desde el momento en que el procedimiento se dirija contra el presunto infractor.

**Artículo 46.**— Constituye infracción administrativa en materia de actividad comercial el incumplimiento de los mandatos y prohibiciones contenidos tanto en la presente Ley como en las normas que la desarrollen y, en particular:

1.<sup>o</sup> El incumplimiento de los requisitos establecidos en los números 2 y 3 del art. 4.

2.<sup>o</sup> El incumplimiento de lo dispuesto en el art. 5 en materia de productos y servicios puestos a disposición del público.

3.<sup>o</sup> El incumplimiento de lo dispuesto en el art. 6 en materia de precios.

4.<sup>o</sup> El incumplimiento de lo dispuesto en el art. 7 en materia de horarios comerciales.

5.<sup>o</sup> El incumplimiento de lo dispuesto en el art. 8 en materia de ejercicio simultáneo del comercio al por mayor y al detall.

6.<sup>o</sup> El ejercicio de actividades de venta fuera de un establecimiento comercial, en incumplimiento de lo dispuesto en el art. 9.

7.<sup>o</sup> El incumplimiento por las Cooperativas de Consumidores y Usuarios y por los economatos de lo dispuesto en el art. 10.

8.<sup>o</sup> La apertura, modificación o ampliación de establecimientos comerciales en contravención de lo dispuesto en el art. 12.

9.º El incumplimiento de lo previsto en el art. 13 en cuanto a instalación de los mercadillos y mercados de ocasión y a los productos que pueden ser ofrecidos al público en los mismos.

10.º La utilización de las denominaciones contempladas en el art. 15 por quienes no estuvieren autorizado para ello.

11.º El incumplimiento por parte de las instituciones a que se refiere al art. 16 de la obligación de inscripción en el Registro Oficial de Ferias Comerciales de Aragón.

12.º La práctica de modalidades de venta distintas a las reguladas en el Título IV.

13.º Las ventas por inercia, prohibidas en el art. 19.

14.º Las ventas en cadena, prohibidas en el art. 19.

15.º La instalación de puestos de venta ambulante que infrinja lo dispuesto en el art. 21.

16.º La venta domiciliaria de los productos prohibidos en el art. 22.

17.º El incumplimiento de los requisitos que para las ofertas en las ventas a distancia establece el art. 25.

18.º El incumplimiento de los requisitos que para las máquinas destinadas a la venta automática establece el art. 28.

19.º El incumplimiento de los requisitos que para las ventas a pérdida se contienen en el art. 30.

20.º Las ventas con prima que infrinjan lo dispuesto en el art. 31.

21.º Las ventas en rebajas en las que no se consigne el precio conforme a lo establecido en el art. 32, o recaigan sobre los productos a que se refiere el art. 33 o no cumplan las condiciones que para su anuncio se disponen en el art. 34.

22.º Las ventas en liquidación en las que no concurren alguna de las circunstancias previstas en el art. 35, o cuya realización no se haya comunicado al Departamento de Industria, Comercio y Turismo (Dirección General de Comercio), conforme al art. 36.

23.º Las ventas de saldo que tengan por objeto productos distintos de los previstos en esta Ley, las que no cumplan con los requisitos contenidos en el art. 37 y las que se practiquen en establecimientos o en condiciones distintas a las exigidas en el art. 38.

24.º Las ventas con aplazamiento en las que el comerciante no extienda la correspondiente factura o ésta no contenga las indicaciones que en su caso vengan exigidas por las disposiciones dictadas en desarrollo de esta Ley.

25.º La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información expresamente mencionada en los arts. 31 y 32 o cualesquiera otra requerida por las autoridades competentes o sus agentes en cumplimiento de la presente Ley; el suministro de dicha información de manera inexacta o la presentación de documentación falsa.

**Artículo 47.**— Las infracciones a lo dispuesto en la presente Ley se calificarán como leves, graves y muy graves, atendiendo a los criterios de riesgo para la salud de los consumidores, posición en el mercado del infractor, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, gravedad de la alteración social producida, generalización de la infracción y reincidencia en la comisión de las mismas.

#### Sección 2.ª De las sanciones.

**Artículo 48.**— 1. Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas con multa cuya cuantía se establecerá de acuerdo con la siguiente graduación:

1.º Las infracciones leves, hasta 500.000 pesetas.

2.º Las infracciones graves, hasta 2.500.000 pesetas

3.º Las infracciones muy graves, hasta 100.000.000 de pesetas.

2. En el supuesto de infracciones leves y graves, las cuantías establecidas en el número anterior se incrementarán en un 10 por 100 por cada día que pase sin que el infractor atienda a la cesación de la actividad que dio lugar a la imposición de la sanción. En el supuesto de infracciones muy graves dicho incremento será del 20 por 100.

3. En supuestos especialmente graves la Diputación General de Aragón podrá acordar el cierre del establecimiento en que se haya producido la infracción.

**Artículo 49.**— 1. Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores la autoridad que ordene la iniciación del expediente podrá, con carácter cautelar, ordenar la intervención de aquellas mercancías con relación a las cuales y de acuerdo con las diligencias practicadas se presuma el incumplimiento de los requisitos mínimos exigidos para su comercialización y siempre que la presencia de las mismas en el mercado pueda entrañar riesgos para el consumidor o usuario.

2. Del mismo modo, y con carácter accesorio a la sanción, la autoridad a quien corresponda resolver el expediente podrá acordar el decomiso de la mercancía falsificada, fraudulenta, no identificada o que incumpla los requisitos mínimos establecidos para su comercialización.

**Artículo 50.**— No tendrán carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos que no cuenten con las autorizaciones o registros preceptivos, ni la suspensión en funcionamiento de aquellos hasta tanto cumplan con los requisitos exigidos por esta Ley y por el resto de las normas dictadas en materia de comercio interior.

**Artículo 51.**— 1. Por razones de ejemplaridad y siempre que concurra alguna de las circunstancias de riesgo para la salud o seguridad de los consumidores, reincidencia en infracciones de naturaleza análoga o acreditada intencionalidad en la infracción, la autoridad que resuelva el expediente podrá acordar la publicación, a cargo del infractor, de las sanciones impuestas como consecuencia de lo establecido en esta Ley, cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de los responsables y la índole y naturaleza de las infracciones, en el «Boletín Oficial de Aragón», en los de la provincia y municipio y a través de los medios de comunicación social que se consideren oportunos.

2. Las sanciones impuestas serán objeto de inmediata ejecución con arreglo a lo establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo, en el Reglamento General de Recaudación y demás disposiciones que resulten aplicables.

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

### DISPOSICIONES ADICIONALES

No se entra de momento en materia dado que se desconoce si será necesaria alguna disposición de este carácter.

### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**Primera.**— Podrán continuar realizándose en los lugares

y fechas habituales y para los artículos que venían expidiéndose las ventas en mercadillos y ferias comerciales existentes con anterioridad a la presente Ley, salvo los que se encuentren ubicados en calles peatonales comerciales, en cuyo caso deberá procederse a su traslado.

**Segunda.**— Hasta tanto por la Diputación General de Aragón no se haya elaborado el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, previsto en el art. de la presente Ley, toda solicitud de apertura de un establecimiento comercial que, conforme a esta Ley se considere como de gran superficie, deberá someterse a la Comisión Provincial de Equipamiento Comercial de la provincia en la cual pretenda instalarse, la cual aprobará o denegará la solicitud teniendo en cuenta los criterios de aportación a la mejora de las estructuras comerciales de la zona; localización del establecimiento proyectado, en relación con las características del equipamiento comercial en su zona de influencia; las previsiones de ocupación de suelo y cualesquiera otros relacionados con el urbanismo comercial en general. En todo caso las decisiones de las Comisiones Provinciales de Equipamiento Comercial por las que se apruebe o deniegue una solicitud de apertura deberán estar fundadas y, una vez hechas públicas, el solicitante tendrá acceso a los datos y documentos de cualquier clase utilizados en la tramitación del expediente.

#### DISPOSICIONES FINALES

**Primera.**— La presente Ley entrará en vigor a los seis meses de su publicación en el «Boletín Oficial de Aragón».

**Segunda.**— Se faculta a la Diputación General de Aragón para dictar las disposiciones reglamentarias que requiera el desarrollo de la presente Ley.

#### DISPOSICION DEROGATORIA

1. Quedan derogadas todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

2. Se mantiene la vigencia de las siguientes disposiciones:

a) Decreto 103/1986, de 22 de octubre de la Diputación General de Aragón, sobre ferias comerciales.

b) Orden de 13 de agosto de 1987, del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, por el que se fijan los criterios de distribución y el procedimiento para la concesión... de ferias de muestras realizadas por las entidades organizadoras de las mismas.

c) Hasta tanto se desarrolle reglamentariamente la C.R.E.C.A., y para regular su funcionamiento, se mantiene la vigencia del Decreto 86/1983, de 9 de septiembre, de la Diputación General de Aragón, por el que se crea la Comisión de Crédito de Comercio Interior y se regula su composición, funciones y procedimiento de actuación.

d) Decreto 22/1985, de 14 de marzo, de la Diputación General de Aragón, por el que se fijan los criterios, procedimientos y forma de actuación en materia de promoción y ordenación comercial en sus vertientes de formación, estudios y asistencia técnica.



## INDICE DEL BOLETIN OFICIAL DE LAS CORTES DE ARAGON

1. Textos aprobados
  - 1.1. Leyes
    - 1.1.1. Proyectos de Ley
    - 1.1.2. Propositiones de Ley
  - 1.2. Propositiones no de Ley
  - 1.3. Mociones
  - 1.4. Resoluciones del Pleno
  - 1.5. Procedimientos ante los Organos del Estado.
2. Textos en tramitación
  - 2.1. Proyectos de Ley
  - 2.2. Propositiones de Ley
  - 2.3. Propositiones no de Ley
  - 2.4. Mociones
  - 2.5. Interpelaciones
  - 2.6. Preguntas
    - 2.6.1. Para respuesta oral en Pleno
    - 2.6.2. Para respuesta oral en Diputación Permanente
    - 2.6.3. Para respuesta oral en Comisión
    - 2.6.4. Para respuesta escrita
      - 2.6.4.1. Preguntas que se formulan
      - 2.6.4.2. Respuestas a preguntas formuladas
  - 2.7. Procedimientos ante los Organos del Estado
3. Textos rechazados
  - 3.1. Proyectos de Ley
  - 3.2. Propositiones de Ley
  - 3.3. Propositiones no de Ley
  - 3.4. Mociones
  - 3.5. Procedimientos ante los Organos del Estado
4. Textos retirados
  - 4.1. Proyectos de Ley
  - 4.2. Propositiones de Ley
  - 4.3. Propositiones no de Ley
  - 4.4. Mociones
  - 4.5. Interpelaciones
  - 4.6. Preguntas
  - 4.7. Procedimientos ante los Organos del Estado
5. Otros documentos
  - 5.1. Comunicaciones de la Diputación General de Aragón (DGA)
  - 5.2. Planes y programas remitidos por la DGA
  - 5.3. Solicitudes de comparecencia de miembros de la DGA
  - 5.4. Resoluciones interpretativas
  - 5.5. Régimen interior
  - 5.6. Varios
6. Actividad parlamentaria
  - 6.1. Actas
    - 6.1.1. De Pleno
    - 6.1.2. De Diputación Permanente
    - 6.1.3. De Comisión
  - 6.2. Composición de los órganos de la Cámara
  - 6.3. Documentos que han tenido entrada en las Cortes
7. Justicia de Aragón



## BOLETIN OFICIAL DE LAS CORTES DE ARAGON

Precio del ejemplar: 126 ptas. (IVA incluido). Precio de la suscripción anual: 6.300 ptas. (IVA incluido).

Suscripciones en el Servicio de Publicaciones de las Cortes, Palacio de La Aljafería - 50071 ZARAGOZA.

El pago de la suscripción se realizará mediante talón extendido a nombre de las Cortes de Aragón.