

Ley 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del Comercio Interior de Galicia.

De acuerdo con el Estatuto de Autonomía de Galicia, en su artículo 30.I.4, corresponde a la Comunidad Autónoma Gallega la competencia exclusiva en materia de Comercio Interior, sin perjuicio de la política general de precios y legislación sobre la defensa de la competencia en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.11 y 13 de la Constitución.

En el citado marco estatutario, la presente Ley es el cauce normativo adecuado para posibilitar una ordenación del Comercio Interior de Galicia, acomodada a las características peculiares de la estructura económica y comercial de nuestra Comunidad Autónoma. Todo ello enmarcado dentro del principio de libertad que ha de regir, dentro de las limitaciones impuestas por la defensa de la libre y leal competencia, la circulación de bienes y la defensa y garantía de los intereses de los consumidores.

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

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

TÍTULO I OBJETO Y ÁMBITO DE LA LEY.

Artículo 1.

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

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

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

Artículo 2.

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

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

3. Será actividad comercial de carácter minorista el ejercicio profesional de adquisición de productos, en nombre y por cuenta propios, para su reventa al consumidor final. Igualmente

tendrá este mismo carácter la venta realizada por los artesanos de sus productos en su propio taller.

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

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

TÍTULO II DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

CAPÍTULO I DE LAS FORMAS Y CONDICIONES DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

Artículo 3.

1. La actividad comercial se ejercerá conforme al principio de libertad de empresa en el marco de la economía de mercado.

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

Artículo 4.

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

Artículo 5.

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

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

CAPÍTULO II DE LA APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES*

Artículo 6. Apertura de establecimientos comerciales.*

1. Para la apertura de un establecimiento comercial será requisito imprescindible la obtención de la licencia municipal de apertura o de actividad, y, en su caso, en los supuestos previstos en esta Ley, autorización comercial de la Comunidad Autónoma.

2. Las licencias de apertura o de actividad de los establecimientos comerciales serán concedidas por los municipios, de acuerdo con la normativa vigente en materia de urbanismo, seguridad, salubridad y protección del medio ambiente.

Artículo 7. Actividades sujetas a la autorización comercial autonómica. **

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

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

2. A estos efectos, se entiende que únicamente tienen incidencia supramunicipal, y por tanto están sujetos a autorización comercial autonómica, la instalación, la ampliación y el traslado de los establecimientos comerciales, proyectados en actuaciones de transformación urbanística en suelo urbano no consolidado o en suelo urbanizable, cuya superficie útil de exposición y venta al público sea superior a 2.500 m², por el impacto territorial, urbanístico, viario y medioambiental generado.

3. No precisan de autorización comercial autonómica:

- a. Los establecimientos individuales dedicados a la exposición y a la venta de automóviles, de embarcaciones y otros vehículos, de maquinaria industrial o agrícola, de materiales para la construcción y de artículos de saneamiento, que requieran un gran espacio físico.
- b. Los mercados municipales y los denominados centros comerciales abiertos.

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

Artículo 7 bis. Procedimiento para la obtención de la autorización comercial autonómica. *

1. La autorización comercial autonómica será concedida mediante resolución de la persona titular de la consejería competente en materia de comercio interior con carácter previo a la obtención de las correspondientes licencias municipales, así como a las de cualquier otra entidad o administración que sean exigibles, en su caso.

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

- a. La adecuación de la nueva implantación a los instrumentos de ordenación del territorio que, en su caso, resulten de aplicación.
- b. La viabilidad urbanística, teniendo en cuenta la plena concordancia del establecimiento proyectado con las determinaciones establecidas en el planeamiento general y en los instrumentos de desarrollo y de gestión urbanística y en el resto de normas de competencia municipal.
- c. El adecuado cumplimiento de la normativa reguladora en materia de accesibilidad, circulación y movilidad contenidas en el proyecto y la previsión de mejora de las infraestructuras que permitan la fluidez del tráfico rodado generado por la implantación comercial en el supuesto de que las existentes no resulten adecuadas.
- d. La dotación de al menos una plaza de aparcamiento por cada 20 m² de superficie útil de exposición y venta al público. Asimismo, se deberá prever la reserva de plazas para personas discapacitadas en los términos que establece la normativa vigente.
- e. El establecimiento de líneas de transporte colectivo que descongestionen el tráfico rodado y permitan acceder en adecuadas condiciones de regularidad e intensidad a la implantación comercial cuando las existentes no resulten suficientes.
- f. La viabilidad y legalidad ambiental del proyecto con cumplimiento de la normativa vigente en materia medioambiental, que preverá la adopción de medidas positivas de protección ambiental que reduzcan la contaminación acústica, la emisión de gases de efecto invernadero y la producción de residuos, su gestión mediante procedimientos de

valorización, preferentemente mediante reciclaje y reutilización, y la utilización del agua, de la energía, de las materias primas y de otros recursos de manera eficiente. Este criterio se acreditará del modo establecido en la letra b del apartado 3 de este artículo.

- g. La materialización en el establecimiento pretendido de instalaciones y medidas de conciliación de la vida familiar y laboral, tales como la creación de guarderías, ludotecas o salas de lactancia.

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

- a. Informe de la consejería competente en materia de ordenación del territorio y urbanismo sobre el cumplimiento del criterio establecido en la letra a) del apartado anterior.
b. Informe de la consejería competente en materia de medio ambiente sobre el cumplimiento del criterio establecido en la letra f del apartado anterior.

Si se trata de un proyecto sometido a evaluación de impacto ambiental, evaluación de efectos ambientales, evaluación de incidencia ambiental u otras figuras de evaluación ambiental, los procedimientos correspondientes quedarán integrados en el procedimiento de otorgamiento de la autorización comercial. Durante la tramitación de éstos, se entiende suspendido el procedimiento para resolver la autorización comercial.

- c. Informe de la consejería competente en materia de transporte sobre la existencia o la suficiencia del transporte interurbano previsto en el criterio establecido en la letra e del apartado anterior.
d. Informe del ayuntamiento en cuyo término municipal se pretenda emplazar el establecimiento comercial, que deberá pronunciarse sobre el cumplimiento de los criterios establecidos en las letras b, c, d y e del apartado anterior, además del cumplimiento de todas las normas que habilitan la apertura del establecimiento.
e. Informe del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia, que no podrá versar sobre aspectos económicos.

4. Transcurridos dos meses desde que se tenga constancia de la recepción de la petición de cada informe sin que haya existido pronunciamiento expreso al efecto, se podrá proseguir con las actuaciones.

5. Emitidos los anteriores informes, el expediente se remitirá a la Comisión Consultiva prevista en el artículo 9 de esta Ley con objeto de que efectúe propuesta de resolución. La Comisión Consultiva podrá en este trámite solicitar ampliación o aclaraciones de los informes emitidos.

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

7. Reglamentariamente se establecerá el procedimiento de concesión de la autorización comercial autonómica prevista en esta Ley.

Artículo 7 ter. Simplificación administrativa e integración de procedimientos. *

El procedimiento para la obtención de la autorización comercial autonómica se integrará en el procedimiento para el otorgamiento de la licencia municipal de actividad. A estos efectos, una vez otorgada la autorización comercial por la Administración autonómica, el ayuntamiento dictará una única resolución sobre las licencias municipales del modo previsto en el artículo 196.2º de la Ley 9/2002, de 30 de diciembre, de ordenación urbanística y protección del medio rural de Galicia.

Artículo 7 quater. Vigencia de la autorización comercial autonómica. *

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

2. Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado anterior, la autorización concedida caducará en el caso de que el proyecto de instalación del establecimiento comercial autorizado no se realizase en

su totalidad en el plazo que prevea la resolución única municipal prevista en el artículo 7 ter. y en las prórrogas que, en su caso, sean concedidas, que serán comunicadas a la consejería competente en materia de comercio.

CAPÍTULO III DE LA COMISIÓN CONSULTIVA*

Artículo 8.*

Artículo 9. Comisión Consultiva**

1. Se crea la Comisión Consultiva como órgano consultivo, asesor y de colaboración con la Administración pública gallega en la ordenación de la actividad comercial.

2. La Comisión Consultiva se adscribe a la consejería competente en materia de comercio sin participar de su estructura, pero integrándose en ella.

3. La Comisión Consultiva tendrá la siguiente composición:

- a. Presidencia. Titular de la consejería competente en materia de comercio.
- b. Vicepresidencia. Titular de la dirección general competente en materia de comercio.
- c. Vocales:
 - o Dos personas representantes de la consejería competente en materia de comercio.
 - o Una persona representante de la consejería competente en materia de ordenación del territorio.
 - o Una persona representante de la consejería competente en materia de trabajo.
 - o Una persona representante designada por el Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia.
 - o Una persona representante de la Federación Gallega de Municipios y Provincias.
 - o Una persona representante designada por el Consejo Gallego de Consumidores y Usuarios.
 - o Dos personas expertas de reconocido prestigio designadas libremente por el titular de la consejería competente en materia de comercio, que tendrán voz pero no voto.
- d. Secretaría. Una persona funcionaria de la dirección general competente en materia de comercio, que actuará como tal con voz pero sin voto.

4. Las vocales y los vocales de la Comisión Consultiva que no lo sean por razón de su cargo serán nombrados por la persona titular de la consejería competente en materia de comercio por propuesta de los órganos, de las entidades o de las organizaciones a las que se refiere el apartado anterior. Esta propuesta deberá realizarse por escrito, en el plazo de un mes a partir de la recepción del requerimiento que la citada consejería efectúe a tal efecto.

5. La composición y organización de la Comisión Consultiva se regirá por el principio de paridad y tratará de garantizar una representación proporcionada entre hombres y mujeres. Reglamentariamente se establecerá el régimen de funcionamiento y organización de la Comisión Consultiva.

CAPÍTULO IV REQUISITOS GENERALES PARA EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

Artículo 10.

Son requisitos generales para el ejercicio de la actividad comercial:

- a. Poseer la condición de comerciante, según la legislación mercantil.
- b. Tener licencia fiscal.

- c. Acreditar, en su caso, la titulación y colegiación oficial, así como la prestación de las fianzas y de aquellas garantías que sean exigidas por la legislación vigente para la venta de determinados productos o prestación de determinados servicios.
- d. Tener cumplidas sus obligaciones, en su caso, en materia de seguridad social para el inicio de la actividad y estar en posesión de los correspondientes permisos y licencias municipales expedidos por los Ayuntamientos.
- e. En caso de extranjeros, acreditar el cumplimiento de la normativa específica vigente.

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

CAPÍTULO V HORARIOS COMERCIALES.

Artículo 11. *

Artículo 12. *

Artículo 13. *

TÍTULO III MODALIDADES ESPECIALES DE VENTA.

CAPÍTULO I DEFINICIÓN.

Artículo 14.

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

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

CAPÍTULO II VENTA EN REBAJAS.

Artículo 15.

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

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

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

4. *

CAPÍTULO III VENTAS DE SALDOS.

Artículo 16.

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

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

3. No se podrán saldar aquellos productos adquiridos a tal fin. No podrán ser objeto de saldo aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y que no hayan estado en poder del comerciante por lo menos con 6 meses de antelación al inicio del mismo.

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

4. *

Artículo 17.

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

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

Artículo 18.

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

CAPÍTULO IV VENTA EN LIQUIDACIÓN.

Artículo 19.

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

- a. El cese total o parcial de la actividad comercial. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b. El cambio de actividad.
- c. El cierre del local.
- d. Fuerza mayor o siniestro que impida el ejercicio de la actividad comercial.
- e. La ejecución de resolución judicial, arbitral o administrativa.

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

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

4. La venta en liquidación habrá de ser comunicada previamente a la delegación provincial de la consejería de industria, comercio y turismo, indicándose la causa, la fecha de comienzo y la duración de la misma, que en caso alguno podrá ser superior a seis meses.

Deberá exhibirse en lugar visible del establecimiento comercial una copia de la comunicación efectuada a la delegación provincial de la consejería de industria, comercio y turismo.

Artículo 20.

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

CAPÍTULO V VENTAS DE PROMOCIÓN.

Artículo 21.

1. A efectos de esta Ley se entiende por venta de promoción aquella que tiene por finalidad dar a conocer un nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de la venta de los existentes entre los consumidores.

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

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

- a. El producto o productos objeto de promoción.
- b. Las condiciones de la venta.
- c. El período de vigencia de la promoción, *que no podrá ser inferior a dos días consecutivos ni superior a 30 días.* *

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

CAPÍTULO VI VENTA AMBULANTE.

Artículo 22.

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

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

Artículo 23.

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

A tales efectos se entiende por:

- a. Venta ambulante en mercados periódicos: Aquella autorizada en los mercados situados en poblaciones, en lugares y espacios determinados, con una periodicidad habitual establecida.

Dentro de este apartado, están encuadradas, entre otras, las realizadas en ferias, mercadillos y chiringuitos.

- b. Venta ambulante en mercados fijos: Aquella autorizada en lugares anexos a los mercados municipales o de abastos, con instalaciones permanentes en las poblaciones.
- c. Venta ambulante en puestos instalados en la vía pública: Aquella autorizada para un número de puestos, situaciones y periodos determinados.
- d. Venta ambulante en mercados ocasionales: Aquella autorizada en mercados esporádicos, que tengan lugar con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.
- e. Venta ambulante mediante camiones o vehículos-tienda: Aquella realizada en los citados medios y autorizada en zonas o lugares determinados.

Artículo 24.

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

- a. Nivel de equipamiento comercial de la zona.
- b. Densidad de tráfico y circulación.
- c. Acceso a locales comerciales o industriales, a sus escaparates o exposiciones.
- d. Acceso a lo edificios de uso público.
- e. Condiciones para garantizar la debida sanidad e higiene.
- f. Interés de los consumidores.
- g. Tradición y raigambre en el municipio de este modo de venta.

Artículo 25.

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

Artículo 26.

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

Artículo 27.

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

CAPÍTULO VII VENTAS A DOMICILIO.

Artículo 28.

1. Se consideran ventas a domicilio aquellas formas de distribución comercial minorista en las que la transacción o los contratos son propuestos o concluidos directamente por el comerciante, o a través de empleados o representantes, en el domicilio del consumidor, con presencia física de ambas partes.
2. Tendrán la misma consideración aquellas que se realicen, de la forma anteriormente descrita, en el lugar de trabajo, reunión o estancia ocasional del consumidor, así como la denominada *venta en reuniones*, donde la oferta se efectúa mediante demostración practicada ante un grupo de personas en reunión especialmente organizada, a petición del vendedor, en el domicilio de uno de ellos o en local que no sea destinado a establecimiento comercial.

Artículo 29.

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

Artículo 30.

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

CAPÍTULO VIII VENTAS A PÉRDIDA.

Artículo 31.

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

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

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

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

CAPÍTULO IX VENTA A DISTANCIA.

Artículo 32.

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

Artículo 33.

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

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

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

TÍTULO V
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR: PRECIOS,
PUBLICIDAD Y COMPETENCIA DESLEAL.

CAPÍTULO I
PRINCIPIOS GENERALES.

Artículo 35.

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

CAPÍTULO II
PRECIOS.

Artículo 36.

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

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

Artículo 37.

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

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

CAPÍTULO III
PUBLICIDAD COMERCIAL.

Artículo 38.

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

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

Artículo 39.

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

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

- b. Implice informaciones equívocas, denigrantes o produzca el descrédito de los competidores o de sus productos o servicios.
- c. Provoque confusión respecto de productos, servicios, establecimientos, marcas o actividades de otro comerciante o competidor.

Artículo 40.

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

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

CAPÍTULO IV COMPETENCIA DESLEAL.

Artículo 41.

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

TÍTULO VI DE LA ACCIÓN ADMINISTRATIVA SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

CAPÍTULO I DE LA ACCIÓN GENERAL.

Artículo 42.

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

Artículo 43.

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

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

Facilitar la reforma y modernización de los establecimientos de la pequeña y mediana empresa comercial.

Promover el conocimiento y la difusión de nuevas técnicas y formas de comercialización que contribuyan a la mejora de la productividad en el sector y facilitar la implantación o adopción de estas fórmulas.

Fomentar el perfeccionamiento de la formación profesional de los comerciantes y empleados del sector, con la colaboración, en su caso, de las cámaras de comercio, industria y navegación y de las organizaciones empresariales o sindicales.

Realizar estudios e investigaciones que permitan un mejor conocimiento de las estructuras y del proceso de comercialización.

Potenciar los movimientos asociativos de los comerciantes.

Impulsar y proteger la comercialización de la artesanía.

CAPÍTULO II RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES.

Artículo 44.

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

1. El incumplimiento de los requisitos establecidos en los artículos 3 y 10 de esta Ley.
2. El ejercicio de la actividad de venta fuera de un establecimiento comercial con incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5.
3. *
4. La información y publicidad que induzcan a engaño o confusión, enmascaren la verdadera naturaleza del producto o servicio, o produzcan el descrédito entre los demás competidores.
5. * Carecer de licencia comercial específica necesaria para la instalación, ampliación y traslado de grandes establecimientos comerciales.
6. En cuanto a la venta en rebajas:
 - 6.1 La venta que no implique auténticas rebajas de acuerdo con la presente Ley.
 - 6.2 La venta de artículos en rebaja que no hayan sido puestos a la venta a su precio habitual antes del inicio de las rebajas.
7. En cuanto a la venta de saldos:
 - 7.1 La venta de artículos o productos bajo la denominación de saldos cuando aquellos no se ajusten a lo establecido en el artículo 16 de esta Ley y cuando los artículos en saldo no se encontrasen debidamente separados del resto de los productos no saldados.
8. En cuanto a la venta en liquidación:
 - 8.1 La venta bajo el anuncio de venta en liquidación o liquidación que no responda a lo establecido en el artículo 19 de esta Ley.
 - 8.2 la venta efectuada sin previa comunicación o sin exhibir la misma en lugar visible del establecimiento.
9. En cuanto a la venta de promoción:
 - 9.1 El incumplimiento de cualquiera de los requisitos establecidos en el artículo 21 de la presente Ley.
10. La venta practicada por cualquier persona no autorizada o por comerciantes que incumplan los requisitos administrativos que exige esta Ley.
11. La venta de artículos no autorizados.
12. La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades competentes o por sus agentes para el cumplimiento de las funciones de información, vigilancia, investigación, inspección, tramitación y ejecución en las materias a que se refiere la presente Ley, así como el suministro de información inexacta o documentación falsa.

Artículo 45.

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

Uno. Serán consideradas infracciones leves:

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

Dos. Serán consideradas infracciones graves:

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

Tres. Serán consideradas infracciones muy graves:

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

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

Artículo 46.

1.* Las infracciones leves serán sancionadas con multas de hasta 6.000 euros. El órgano competente para imponerlas será el delegado provincial correspondiente de la Consellería de Innovación, Industria y Comercio.

2.* Las infracciones graves serán sancionadas con multas desde 6.001 hasta 30.000 euros. El órgano competente para imponerlas será el director general de Comercio y Consumo.

3.* Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas desde 30.001 hasta 1.200.000 euros. Los órganos competentes para imponerlas serán el conselleiro de Innovación, Industria y Comercio, desde 30.001 hasta 300.000 euros, y el Consello de la Xunta de Galicia, desde 300.001 hasta 1.200.000 euros.

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

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

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

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

Artículo 47.

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

Artículo 48.

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

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

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

DISPOSICIÓN ADICIONAL.

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

DISPOSICIÓN ADICIONAL ÚNICA. Licencias para grandes establecimientos. *

La concesión de la licencia comercial específica para grandes establecimientos, a que se refiere el artículo 7 de la presente Ley, modificado por la Ley 9/2003, de 23 de diciembre, de medidas tributarias y administrativas, se realizará conforme al procedimiento y requisitos establecidos en el Decreto 341/1996, de 13 de septiembre, por el que se crea la Comisión Consultiva de Equipamientos Comerciales y se regula la implantación de grandes superficies en la Comunidad Autónoma de Galicia.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA.

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

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA.

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

En el plazo de seis meses, los Ayuntamientos donde exista venta ambulante y no cuenten con la correspondiente ordenanza procederán a dictar las normas correspondientes, con sujeción a lo dispuesto en esta Ley.

DISPOSICIÓN FINAL.

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

Santiago de Compostela, 20 de julio de 1988.

Fernando Ignacio González Laxe,
Presidente.

Notas:

*** Artículos 7 bis, 7 ter y 7 quater :**

Añadido por Ley 7/2009, de 22 de diciembre, de modificación de la Ley 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del comercio interior de Galicia.

*** Artículos 11, 12, 15 (apdo. 4), 16 (apdo. 4) y 21 (apdo. 2.c, inciso en cursiva):**

Declarado inconstitucional y nulo por Sentencia 228/1993, de 9 de julio, del Pleno del Tribunal Constitucional en el Recurso de inconstitucionalidad 1862/1988, promovido por el Gobierno de la Nación contra determinados preceptos de la Ley del Parlamento de Galicia 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del Comercio Interior de Galicia. (B.O.E. nº 192, de 12 de agosto de 1993).

*** Artículos 7, 44 (apdo. 5) y 46 (apdos. 1, 2 y 3):**

Redacción según Ley 9/2003, de 23 de diciembre, de medidas tributarias y administrativas.

*** Disposición adicional única:**

Añadida, con esta denominación, por Ley 9/2003, de 23 de diciembre, de medidas tributarias y administrativas.

*** Artículos 8 y 9:**

Derogado por Ley 9/2003, de 23 de diciembre, de medidas tributarias y administrativas.

*** Título IV:**

Derogado por Ley 1/1996, de 5 de marzo, de regulación de las actividades feriales de Galicia.

*** Artículos 13 y 44 (apdo. 3):**

Derogado por Ley 13/2006, de 27 de diciembre, de horarios comerciales de Galicia.

*** Capítulo II del título II (rúbrica), Artículos 6, 7; Capítulo III del título II (rúbrica) y 9:**

Redacción según Ley 7/2009, de 22 de diciembre, de modificación de la Ley 10/1988, de 20 de julio, de ordenación del comercio interior de Galicia.