

ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN ARAGÓN

LEY 9/1989, de 5 de octubre
BOA nº 108 de 16 de octubre

PREAMBULO

El Estatuto de Autonomía ([LARG 1982\703](#)) 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 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 llamados 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 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, cercanas 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 dicho objetivo 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 regular la actividad comercial, establecer las medidas necesarias para la reforma y modernización de las estructuras comerciales y determinar el régimen jurídico de las grandes superficies de venta y de diversas modalidades de ventas especiales, desarrollando simultáneamente el principio constitucional de protección y defensa de los consumidores y usuarios.

Artículo 2. 1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la llevada a cabo por cuenta propia o ajena con la finalidad de poner a disposición de consumidores y usuarios bienes y servicios susceptibles del tráfico comercial.

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

- a) Los servicios desarrollados por intermediarios financieros y compañías aseguradoras.
- b) La prestación del servicio de transporte cualquiera que sea el medio utilizado.
- c) El ejercicio de profesiones liberales.
- d) Los suministros de agua, gas, electricidad y teléfono.
- e) Los servicios de bares, restaurantes y hostelería en general.
- f) Cualquiera otra actividad comercial que por su naturaleza o por estar así legalmente establecido se encuentre sometida a control por parte de los poderes públicos.

TITULO I.-REGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

CAPITULO I.-Del ejercicio de la actividad comercial.

Sección 1.^a.-Principios generales.

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 de conformidad con la legislación vigente posean la capacidad jurídica necesaria según lo establecido en la legislación mercantil y cumplan los requisitos establecidos por esta Ley.

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

a) Estar inscrito en el Registro General de Empresas de Comercio y Establecimientos Mercantiles que se llevará por el Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la Diputación General de Aragón.

b) Estar dado de alta a efectos tributarios y de Seguridad Social.

c) Cumplir las normas técnico-sanitarias que sean de aplicación.

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

CAPITULO II.-De los precios.

Artículo 5. Los comerciantes tendrán libertad para fijar los precios de los bienes y servicios, sin perjuicio de las limitaciones establecidas por la legislación vigente. En todo caso, los precios de los bienes y servicios, así como su exhibición al público, deberán cumplir lo dispuesto en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios ([RCL 1984\1906](#) y ApNDL 2943), y normas que la complementan y desarrollan.

CAPITULO III.-De los horarios comerciales.

Artículo 6. 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 y 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, a petición de asociación o asociaciones de comerciantes legalmente reconocidas, establecer con carácter excepcional y por un período de tiempo determinado el horario a que deberán someterse determinados sectores de la actividad comercial.

La resolución adoptada por el Departamento de Industria, Comercio y Turismo deberá razonar los motivos excepcionales que justifican la adopción de dicha decisión. En todo caso serán oídas previamente las asociaciones de consumidores y usuarios implantadas en el territorio de la Comunidad, así como las organizaciones sindicales más representativas del sector.

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

4. Los establecimientos comerciales tendrán que exponer en lugar visible los días y horas de apertura para la adecuada información al público.

TITULO II.-DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL

CAPITULO I.-De la distribución comercial mayorista y minorista.

Artículo 7. 1. Se entiende por 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.

2. La actividad comercial mayorista no podrá ejercerse simultáneamente con la minorista en un mismo establecimiento, salvo que se mantengan debidamente diferenciadas y se respeten las normas específicas aplicables a sendas modalidades de distribución.

Artículo 8. 1. Se entiende por actividad comercial de carácter minorista el ejercicio habitual de adquisición de productos en nombre y por cuenta propios para su reventa al consumidor final. Igualmente tendrá este carácter la venta realizada por los artesanos de sus productos en su propio taller.

2. La actividad comercial minorista debe, salvo los supuestos especialmente previstos en esta Ley, desarrollarse en establecimientos comerciales por cualesquiera de los métodos de venta admitidos por la práctica comercial.

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

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

b) La venta directa por agricultores y ganaderos o sus cooperativas de los productos agropecuarios en estado natural y en el lugar de su producción.

Artículo 9. No modificará el carácter mayorista o minorista de la actividad comercial el eventual sometimiento de las mercancías a procesos de transformación, tratamiento o acondicionamiento que sean usuales en el comercio.

CAPITULO II.-De las cooperativas de consumidores y usuarios.

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

Cuando la oferta de las cooperativas se dirija al público en general o no aparezca rigurosamente diferenciada de la que realicen a sus socios, estará sometida a esta Ley.

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

TITULO III.-DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

CAPITULO I.-De los establecimientos comerciales.

Artículo 11. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales edificados y las construcciones e instalaciones fijas 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 artículo 2.º.

Artículo 12. 1. La apertura de un establecimiento comercial se inscribirá en el Registro General de Empresarios de Comercio y Establecimientos Mercantiles, previa solicitud del interesado o de quien lo represente.

2. Para la inscripción en el mismo, el titular deberá cumplir los requisitos generales establecidos en el artículo 4.º 2 y los particulares establecidos en la presente Ley y demás normativa vigente.

3. Se considerará el establecimiento comercial inscrito en el correspondiente Registro por silencio positivo, son necesidad de denuncia de mora, una vez transcurrido el plazo de un mes desde la presentación de la solicitud.

Artículo 13. Las licencias de apertura de los establecimientos comerciales serán concedidas por los Ayuntamientos con arreglo a la normativa vigente.

CAPITULO II.-De las grandes superficies y del Plan General de Equipamiento Comercial.

Artículo 14. 1. Se consideran grandes superficies:

a) En las poblaciones con menos de veinte mil habitantes, aquellos establecimientos que, en su implantación o como consecuencia de ampliaciones posteriores tengan una superficie de venta al público superior a los 600 m².

b) En las poblaciones con más de veinte mil y menos de quinientos mil habitantes, aquellos establecimientos que, en su implantación o como consecuencia de ampliaciones posteriores, tengan una superficie de venta al público superior a los 1.000 m².

c) En las poblaciones con más de quinientos mil habitantes, aquellos establecimientos que en su implantación o como consecuencia de ampliaciones posteriores, tengan una superficie de venta al público superior a los 2.000 m².

2. La apertura de dichos establecimientos se realizará conforme a lo previsto en el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, debiendo resolverse la autorización de dicha apertura por los órganos competentes en el plazo de un año (apartado modificado según Ley 26/2001 de Medidas Tributarias y Administrativas, de 28 de diciembre, BOA 154 de 31 de diciembre).

Artículo 15. 1. El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón tiene por objeto establecer las directrices para adecuar el equipamiento comercial en las poblaciones a las necesidades de consumo y compra.

2. Su elaboración corresponderá al Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

3. Dicho Plan tendrá entre sus principales objetivos:

a) Lograr un nivel adecuado de equipamiento comercial y una correcta distribución territorial de los establecimientos comerciales.

- b) Introducir en forma progresiva y armónica los nuevos sistemas de venta comercial.
- c) Proteger la libre competencia dentro de la defensa de la pequeña y mediana empresa.
- d) Satisfacer las necesidades de los consumidores, protegiendo sus legítimos intereses.
- e) Garantizar la seguridad, salubridad y demás condiciones de los establecimientos comerciales.
- f) La creación de nuevos empleos alternativos en el sector de comercio y el mantenimiento de los existentes, adaptándolos a las nuevas estructuras de distribución comercial, así como a las exigencias sociales.

Artículo 16. 1. Se constituyen en el seno del Departamento de Industria, Comercio y Turismo las comisiones provinciales de equipamiento comercial al objeto de participar en la elaboración y adecuado seguimiento del cumplimiento del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.

2. Su composición será la siguiente:

- a) El Director General de Comercio y Consumo de la Diputación General de Aragón, que actuará como Presidente.
- b) Tres vocales en representación de los Departamentos de la Administración Autonómica más directamente afectados por el planeamiento comercial.
- c) Cinco vocales en representación de los Ayuntamientos de la provincia, atendiendo a los distintos niveles de población.
- d) Tres vocales propuestos por la Cámara Oficial de Comercio e Industria de la provincia.
- e) Tres vocales propuestos por las organizaciones de comerciantes más representativas de la provincia.
- f) Cuatro vocales en representación de los consumidores propuestos por sus organizaciones con mayor implantación en la provincia.
- g) Dos vocales representantes de las organizaciones sindicales más representativas de acuerdo con la Ley Orgánica de Libertad Sindical.
- h) Dos vocales designados libremente por el Consejero de Industria, Comercio y Turismo entre personas de reconocido prestigio, en el campo de los equipamientos comerciales.
- i) Un Secretario, con voz y sin voto, que será designado por el Presidente entre el personal de su Departamento.

3. El Presidente facilitará a los miembros de las comisiones provinciales de comercio toda la documentación necesaria para el adecuado cumplimiento de sus fines.

CAPITULO III.-Mercadillos y mercados de ocasión.

Artículo 17. 1. Los Ayuntamientos podrán autorizar las ventas en mercadillos, determinando el número de puestos de cada uno, su superficie y el tipo de productos que pueden ser vendidos, en conformidad con la legislación en vigor en materia de ventas fuera del establecimiento.

2. La autorización de nuevos mercadillos requerirá informe previo de la Cámara Oficial de Comercio, de las asociaciones de consumidores y usuarios,

de la federación o asociación de empresarios de comercio y de la de vendedores ambulantes de su demarcación. Dicho informe versará sobre su necesidad, conveniencia y posible número de puestos.

3. En ningún caso podrá ubicarse en calles peatonales comerciales ni donde causen un grave perjuicio al comercio establecido.

Artículo 18. 1. Son mercados de ocasión aquellos lugares o establecimientos en los que se procede, en condiciones más ventajosas que las habituales, a la venta de bienes que por sus propias características lo permitan, tales como los de segunda mano, defectuosos, fuera de moda, restos de existencias o similares, y que no comporten riesgo ni daño para el adquirente.

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 y los productos que se destinen a la venta, así como los lugares en los que puedan instalarse cuando no se realice en establecimiento comercial permanente.

TITULO IV.-DE LAS FERIAS COMERCIALES

Artículo 19. 1. 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, productos y servicios y en las cuales no se realicen ventas directas con reiterada de mercancía del recinto oficial.

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 desarrollen.

3. Se exceptúan de esta regulación, aquellos mercados de ganado, artesanía y otros de tipo familiar, a veces llamados ferias, que se vienen realizando tradicionalmente en el territorio de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Artículo 20. 1. Las ferias podrán ser organizadas, previa autorización del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, por:

- a) Instituciones feriales.
- b) Otras entidades.

2. Las instituciones feriales son entidades con personalidad jurídica propia, sin ánimo de lucro y constituidas legalmente, cuyo objeto específico es la promoción y organización de ferias comerciales. Se registrarán por sus estatutos, previamente aprobados por el Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

Los estatutos regularán su constitución, órganos de gobierno, competencias, funcionamiento y disolución.

Deberán estar representados necesariamente la Diputación General de Aragón, el municipio y la Cámara Oficial de Comercio e Industria de su demarcación.

Podrán tener patrimonio propio, cuyo rendimiento se destinará íntegramente a los fines previstos en sus estatutos.

3. Podrán ser autorizados a promover y organizar ferias o certámenes comerciales otras entidades públicas o privadas con personalidad jurídica propia y sin ánimo de lucro.

4. Quedará reservada únicamente a instituciones feriales la organización de ferias comerciales que, por su complejidad, ámbito de acción y presupuesto, requieran una específica estructura organizativa.

Artículo 21. 1. Se crea el Registro Oficial de Ferias Comerciales de Aragón, adscrito al departamento de Industria, Comercio y Turismo, 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 den lugar a la exclusión del Registro, así como el procedimiento de tramitación de los expedientes incoados a tal fin.

Artículo 22. 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:

a) Emitir, con carácter preceptivo, el correspondiente informe para cada solicitud de realización de nuevas ferias comerciales, así como para cualquier modificación en las condiciones de las ya autorizadas.

b) Informar la publicación del calendario anual de ferias comerciales oficiales.

c) Elaborar, en el ámbito de su competencia, cuantos informes le sean requeridos por el Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

d) Cualquiera otras que reglamentariamente se le atribuyan.

3. Reglamentariamente se determinarán las distintas clases de manifestaciones feriales, las entidades que pueden organizarlas, el procedimiento para la autorización de éstas, las obligaciones que asumen las instituciones fiscales 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 no sedentarias.

Sección 1.ª.-Definición general y prohibiciones.

Artículo 23. Se considera venta no sedentaria aquella que se desarrolla por el vendedor en lugar distinto al de su propio establecimiento permanente.

Artículo 24. En ningún caso serán admisibles las modalidades de venta consistentes en la remisión al comprador de bienes u 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 bienes, productos y servicios no contrae ninguna obligación de pago, depósito o restitución de los objetos o documentos enviados.

Artículo 25. 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 aquéllas en las que el vendedor ofrece sus bienes, 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 aquél consiga, ya sea directa o indirectamente, bien para el organizador o para un tercero.

Sección 2.^a-Ventas ambulantes.

Artículo 26. 1. Se considera venta ambulante aquella actividad comercial minorista realizada fuera del establecimiento comercial permanente, con empleo de instalaciones móviles, en los lugares y fechas autorizados para ello.

En ningún caso podrá realizarse en los accesos inmediatos a edificios de uso público y establecimientos comerciales o industriales, ni delante de sus escaparates o exposiciones, ni en calles peatonales. 2. Para el ejercicio de la venta ambulante se exigirán, además de los requisitos generales establecidos en el artículo 4.º de la presente Ley, los particulares siguientes:

a) Estar en posesión de la correspondiente licencia o autorización municipal.

b) Estar al corriente del pago de los tributos municipales exigidos para esta modalidad de venta.

c) Acreditar la inscripción de la sección especial para vendedores ambulantes, que se creará dentro del Registro General de Empresarios de Comercio y Establecimientos Mercantiles.

d) Cumplir los requisitos establecidos por la normativa específica reguladora del producto objeto de venta.

Los comerciantes de nacionalidad extranjera deberán acreditar, además, estar en posesión de los permisos de residencia y de trabajo por cuenta propia.

3. La autorización municipal será siempre de carácter personal e intransferible y con un período de vigencia no superior a un año.

Artículo 27. 1. Las ordenanzas municipales regularán el régimen de la venta ambulante especificando en todo caso lo siguiente:

a) Delimitación de los perímetros urbanos donde podrá realizarse, teniendo en cuenta el nivel de equipamiento comercial existente en la zona y la adecuación de éste a la estructura y necesidades de consumo de la población,

así como la densidad de la misma, previo informe de la Cámara Oficial de Comercio, de las asociaciones de consumidores y usuarios, de la federación o asociación de empresarios de comercio y de la de vendedores ambulantes.

b) Determinación del número máximo de puestos de venta ambulante y de las autorizaciones a conceder por la Administración municipal, superficie y ubicación concreta de los puestos, así como de los productos cuya venta se autoriza.

c) Fechas y horarios para el ejercicio de cualesquiera de las distintas modalidades de venta ambulante.

d) Controles que aseguren un efectivo cumplimiento de las obligaciones contempladas por la legislación vigente.

e) Descripción de las distintas modalidades de venta ambulante con arreglo a las categorías establecidas en el artículo 28.

2. En ningún caso podrán ser objeto de venta ambulante los bienes o productos cuya propia normativa lo prohíba, especialmente los de carácter alimenticio, con excepción de los ofrecidos directamente por el productor en los términos establecidos en el apartado e) de este artículo, y aquellos otros que, por razón de su presentación u otros motivos, no cumplan la normativa técnico-sanitaria y de seguridad.

Artículo 28. La venta ambulante podrá adoptar alguna de las siguientes modalidades:

1. Ventas en mercados fijos, anexos a los mercados municipales de carácter permanente.

2. Ventas en mercados periódicos, de carácter tradicional, siempre que se limiten a un día de la semana. No obstante lo anterior, podrán autorizarse ventas bajo esta modalidad aunque no respondan a dicho carácter, previo análisis de sus implicaciones en el comercio permanente.

3. Ventas en mercados ocasionales con motivo y durante la celebración en las localidades de fiestas u otros acontecimientos populares.

4. Ventas en lugares instalados en la vía pública de productos alimenticios perecederos de temporada o artesanales, bien por los agricultores o artesanos de forma directa, bien a través de sus asociaciones o cooperativas.

5. Ventas desde furgones móviles de todo tipo de productos cuya normativa específica no lo prohíba, en aquellas localidades insuficientemente equipadas comercialmente.

Sección 3.^a-Ventas domiciliadas.

Artículo 29. 1. Se consideran ventas domiciliarias a los efectos de esta Ley aquellas modalidades de venta en las que el vendedor acude directamente a ofrecer sus productos o servicios al lugar que designe el consumidor. No se consideran comprendidas en dicho concepto las entregas a domicilio de mercancías adquiridas por cualquier otro tipo de venta.

2. Tendrán igualmente la consideración de venta domiciliaria las denominadas «ventas de reunión» de un grupo de personas convocadas por una de ellas, a instancia o de acuerdo con el vendedor.

3. En ningún caso podrán venderse a domicilio bebidas, productos alimenticios o aquellos otros que, por su forma de presentación o por otras

circunstancias, no cumplan las normas técnico-sanitarias reguladoras de su venta.

Artículo 30. 1. Para el ejercicio de la venta domiciliaria se exigirán, además de los requisitos generales establecidos en el artículo 4.º los siguientes particulares:

a) Estar en posesión de la correspondiente autorización del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la Diputación General de Aragón y acreditar la inscripción en la sección especial de vendedores a domicilio que se creará dentro del Registro General de Empresarios de Comercio y Establecimientos Mercantiles.

b) Disponer de la acreditación expedida por el Departamento de Industria, Comercio y Turismo, en la que constarán los datos de identificación de la empresa y los productos autorizados para el ejercicio de esta modalidad de venta.

c) Cumplir los requisitos establecidos por la normativa específica reguladora del producto que se venda o del servicio que se preste.

d) Prestar una fianza caucional de garantía por la posible responsabilidad que se pueda contraer en la práctica de este sistema de venta, en los términos que reglamentariamente se determinen.

2. En todos los casos de venta domiciliaria el comprador dispondrá de un período de siete días para rescindir el compromiso de compra, con el único requisito de comunicárselo de forma fehaciente al comerciante y con los efectos de devolución de la cosa y del precio.

Sección 4.ª-Ventas a distancia.

Artículo 31. Se consideran ventas a distancia aquéllas en las que el vendedor efectúa su oferta al comprador a través de algún medio de comunicación, solicitando que los compradores formulen sus pedidos mediante el mismo u otro medio de comunicación a distancia, y en general cualquier tipo de venta que no conlleve la reunión de comprador y vendedor.

Artículo 32. 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, descripción clara del producto o servicio de que se trate, condiciones de venta o de prestación del servicio, precio y forma de pago, garantías, plazo de envío y, si los hubiere, gastos que deban ser abonados por el comprador.

Artículo 33. Para el ejercicio de la venta a distancia se exigirán, además de los requisitos generales establecidos en el artículo 4.º, los particulares siguientes:

a) Cumplir los requisitos previstos en la normativa específica reguladora del producto objeto de esta venta.

b) Llevar y tener a disposición de las autoridades competentes una relación actualizada de los productos que se comercializan, de sus ofertas, de los centros de distribución y de los domicilios social y de recepción de pedidos o de solicitud de información.

c) Tener los almacenes donde se encuentren los productos en las debidas condiciones según lo establecido en la legislación vigente.

Sección 5.^a-Ventas automáticas.

Artículo 34. Se considera venta automática aquélla 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 exista intervención alguna del vendedor o de sus dependientes.

Artículo 35. Serán responsables solidarios por las irregularidades derivadas de la venta automática el titular del establecimiento donde se encuentre ubicada la máquina vendedora y el titular de la explotación comercial de la misma.

Artículo 36. Las máquinas destinadas a este tipo de venta deberán reunir los requisitos que reglamentariamente se determinen y, en todo caso, los siguientes:

- a) Haber sido homologadas por la autoridad administrativa competente.
- b) Contener un sistema automático de recuperación de monedas para los supuestos de error, inexistencia de mercancías o mal funcionamiento de la máquina.
- c) Llevar claramente expuesto el nombre o razón social y el domicilio del empresario a quien pertenecen, así como un número de teléfono al que dentro de los horarios de apertura se puedan cursar avisos en los supuestos de avería y reclamación.
- d) 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.

Artículo 37. Las personas que se dediquen a la explotación de máquinas automáticas deberán cumplir los siguientes requisitos particulares:

- a) Enviar semestralmente al Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la Diputación General de Aragón relación de las máquinas instaladas en la que se detalle la localización de cada una.
- b) Acreditar con la fianza que se determine por dicho Departamento la capacidad de atender a las posibles reclamaciones por errores en la dispensación de las máquinas automáticas que exploten.

CAPITULO II.-De las ventas promocionales.

Sección 1.^a-Definición general.

Artículo 38. 1. Se consideran ventas promocionales aquéllas en las que las ofertas de bienes o de prestación de servicios hechas por el vendedor a los compradores se realizan en condiciones más ventajosas que las habituales.

2. Sólo serán lícitas cuando respeten lo dispuesto en los artículos siguientes y demás legislación vigente que les sea de aplicación.

Sección 2.^a-Ventas a pérdida.

Artículo 39. Se considera venta 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 pueda 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 repercutibles sobre el producto y portes a su cargo. Para ello será necesario que estas cantidades figuren en la factura o se justifiquen documentalmente.

En ningún caso podrán deducirse las retribuciones y bonificaciones que compensen servicios presupuestados al margen de la contraprestación 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 quien 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 coste de fabricación o de prestación del servicio.

3. La fijación del precio de venta es libre. No podrán realizarse sistemáticamente ventas a un precio más bajo que el de adquisición en los casos siguientes:

- a) Cuando forme parte de una estrategia tendente a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado.
- b) Cuando tenga como fin último desprestigiar la imagen de un producto.
- c) Cuando se haga con el fin de inducir a error a los compradores sobre el nivel de precios de otros productos de venta en el mismo establecimiento.

Sección 3.^a-Ventas con prima.

Artículo 40. 1. Se consideran ventas con prima aquéllas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales premios o similares vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados productos o servicios.

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

3. Los casos en que proceden, formas, duración, efectos y garantías se ajustarán a lo dispuesto en la legislación vigente sobre defensa de consumidores y usuarios.

4. En todo momento la Administración podrá dirigirse a los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta, de oficio o a petición de los compradores, asociaciones de consumidores u otros comerciantes para exigirles la información necesaria sobre la veracidad de la oferta, duración y, en general, para poder constatar el cumplimiento de la legislación vigente.

Sección 4.^a-Ventas en rebaja.

Artículo 41. 1. 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 la reducción de los precios deberán consignarse exhibiendo, junto al precio habitual practicado por el mismo vendedor, el precio rebajado. En todo momento la Administración pública podrá exigir, de oficio o a petición del comprador o de una asociación de consumidores, la prueba de la autenticidad del precio indicado como habitual.

Artículo 42. Queda prohibida la venta en rebaja de los productos mencionados en el artículo 46, así como de productos adquiridos expresamente para este fin, presumiéndose que lo han sido aquellos que no se hayan puesto a la venta antes del inicio de las rebajas.

Artículo 43. Las ventas en rebaja sólo podrán comunicarse 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 en rebaja.

Sección 5.^a-Ventas en liquidación.

Artículo 44. 1. Sólo se consideran ventas en liquidación y, en consecuencia, sólo podrán anunciarse como tales las que se produzcan como consecuencia de las siguientes circunstancias:

a) Cese total o parcial del negocio, indicando en caso de cierre parcial cuáles son las mercancías en las que se deja de comerciar.

b) Cambio de la orientación, actividad o estructura del negocio.

c) Transformación de la empresa o del establecimiento comercial.

d) 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.

e) Supuesto de fuerza mayor que impida el ejercicio normal de la actividad comercial.

f) Ejecución de resolución judicial, arbitral o administrativa.

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

Artículo 45. Para que se pueda proceder a una venta en liquidación será necesario que se comunique dicha decisión al Departamento de Industria, Comercio y Turismo, precisando la causa. Transcurridos veinte días sin resolución en contrario debidamente razonada por el 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 46. 1. Se considera venta de saldo aquella que tenga por objeto exclusivamente productos que se encuentren en alguna de las siguientes circunstancias:

a) Productos cuya salida sea manifiestamente imposible a los precios habituales del mercado por razón de su pérdida de actualidad. En aquellos establecimientos no dedicados exclusivamente a la venta de saldo se requerirá que hayan estado a la venta en el establecimiento del vendedor durante un período de tiempo no inferior a tres meses.

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

c) Productos defectuosos, deteriorados o desparejados.

2. En ningún caso los productos objeto de esta modalidad de venta 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 47. 1. Las ventas de saldo sólo podrán realizarse habitualmente en establecimientos comerciales fijos o ambulantes dedicados exclusivamente a esta finalidad.

2. Excepcionalmente podrán realizarse ventas de saldo en establecimientos no dedicados exclusivamente a esta modalidad de venta. En este supuesto los artículos ofrecidos para su venta en saldo deberán estar físicamente separados de aquéllos que no lo estén. Los precios de los artículos de venta en saldo deberán indicar además el precio habitual del producto.

Artículo 48. 1. Aquellos comerciantes que practiquen la modalidad de ventas de saldo de manera no exclusiva deberán cumplir, además de los requisitos expresados en el artículo 4 de la presente Ley, las siguientes condiciones:

a) Comunicar al Departamento de Industria, Comercio y Turismo su deseo de llevar a cabo una venta de saldo, al menos con diez días de antelación, indicando la fecha prevista de inicio de la oferta y el tipo de producto ofrecido. Si transcurridos siete días no haya notificación motivada en contra, se entenderá que se puede proceder a la oferta de ventas en saldo.

b) No hacer publicidad de esta modalidad de venta hasta transcurridos siete días de la presentación de la comunicación descrita en el apartado anterior.

c) Exponer en lugar visible del establecimiento o puesto ambulante una copia sellada de la citada comunicación.

2. Los comerciantes que deseen dedicarse exclusivamente a la venta de artículos de saldo deberán, además de ajustarse a lo dispuesto en el artículo 4 de la presente Ley, cumplir los siguientes requisitos:

a) Rotular de manera clara el establecimiento o puesto de venta en que vayan a efectuar la oferta de ventas en saldo con el indicativo «ventas de saldos» exclusivamente.

b) Comunicar al Departamento de Industria Comercio y Turismo el tipo de artículos a ofertar y los lugares donde va a realizarse la oferta.

Transcurrido un mes desde la comunicación referida, y si no hubiera respuesta motivada en contra, podrá efectuarse la oferta de venta de saldos durante el plazo de un año. Transcurrido el mismo deberá efectuarse una nueva comunicación, que seguirá el mismo trámite. Una copia de la comunicación sellada será expuesta en lugar visible del establecimiento o punto de venta ambulante.

Sección 7ª.-Venta por descuento.

Artículo 49. 1. Se consideran ventas con descuento aquéllas en que los bienes o mercancías 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:

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

b) La reducción del precio habitual de venta no constituirá, en ningún caso, venta a pérdida conforme a lo regulado en el artículo 39.

c) Disponer de existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible.

d) Mantener un mínimo de veinticuatro horas la oferta de descuento de un producto.

3. La aplicación del descuento no se traducirá en ningún caso en un trato injustificadamente discriminatorio de los diferentes compradores.

4. En todo momento la Administración podrá dirigirse a los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta, de oficio o a petición de los compradores, asociaciones de consumidores y usuarios, u otros comerciantes, para exigirles la información necesaria para comprobar la veracidad de su oferta, su duración y, en general, poder constatar el cumplimiento de la legislación vigente.

CAPITULO III.-De las ventas con entrega aplazada.

Artículo 50. 1. Se consideran ventas con aplazamiento aquéllas en las que se entrega total o parcial de los bienes, o la prestación de los servicios que tienen por objeto es diferida a un momento posterior a la formalización 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.-Del fomento de la actividad comercial.

Artículo 51. La Diputación General de Aragón, especialmente a través del Departamento del Industria, Comercio y Turismo y de la Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón, promoverá el desarrollo y modernización de la actividad comercial en todo el territorio de la Comunidad Autónoma.

CAPITULO II.-De la reforma de las estructuras comerciales.

Artículo 52. 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 líneas principales de actuación las siguientes:

a) Proporcionar una formación permanente, continuada y actualizada a empresarios y trabajadores del sector con el fin de lograr una mayor productividad y eficacia en su gestión.

b) Apoyar técnica y financieramente la introducción de nuevas tecnologías, la integración y asociacionismo de 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.

c) Promover proyectos de desarrollo de un adecuado urbanismo comercial, especialmente en los grandes núcleos poblacionales.

d) Promover nuevas alternativas al comercio que permitan incrementar el nivel del empleo, evitando la destrucción de puestos de trabajo.

e) Promover las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que puede encontrarse, individual o colectivamente, el consumidor o usuario.

Artículo 53. 1. Se crea la Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón, 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 establecerán reglamentariamente.

Artículo 54. La Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón estará presidida por el Consejero de Industria, Comercio y Turismo o persona en quien delegue, y formarán parte de la misma representantes de:

a) La Diputación General de Aragón.

b) Las corporaciones locales.

c) Los comerciantes, a través de sus organizaciones y del Consejo de Cámaras de Aragón.

d) Las asociaciones de consumidores y usuarios con implantación de la Comunidad Autónoma.

CAPITULO III

Función inspectora y régimen de infracciones y sanciones

(Capítulo modificado por Ley 4/2006, de 22 de junio, por la que se modifica la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón)

Sección 1.ª

De la inspección de comercio

Artículo 55.-Objeto.

La inspección de comercio es la actividad por la que el Departamento competente en materia de comercio, con medios propios, examina, controla y vigila la actividad comercial, así como a las personas responsables, para verificar el cumplimiento de lo dispuesto en la normativa comercial aplicable, sin perjuicio de aquellas actuaciones que proceda realizar por otros órganos y Administraciones públicas en ejercicio de sus competencias.

Artículo 56.-Personal de la inspección y sus facultades.

1.-Las funciones de inspección se realizarán por empleados públicos adscritos a un órgano o unidad administrativa que tenga atribuida la función de inspección, en las actividades que constituyen el ámbito de la normativa comercial aplicable.

2.-Para el cumplimiento de su función, el personal que realice las actividades de inspección tendrá las siguientes facultades:

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

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

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

d) Solicitar información del personal al servicio del establecimiento, empresa o actividad comercial, en el supuesto de que el titular no se halle presente.

e) Recabar, cuando lo considere preciso, la colaboración del personal y servicios dependientes de otras Administraciones públicas, así como de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

3.-El personal encargado de la función inspectora de comercio deberá identificarse adecuadamente como tal, con la correspondiente acreditación.

4.-Los funcionarios públicos, en el ejercicio de las actividades inspectoras, tendrán el carácter de agentes de la autoridad.

5.-La función inspectora se guiará por los principios de potestad discrecional, confidencialidad, eficacia y reserva por parte del personal actuante.

Artículo 57.-Actas de inspección.

1.-De cada visita de la inspección de comercio se levantará acta, que reflejará las actuaciones de investigación y comprobación realizadas y sus resultados, además de los hechos o circunstancias que se constaten como relevantes. En concreto, en las actas se hará constar la identificación del presunto infractor y de los demás posibles responsables, si los hubiera, el lugar de comprobación, y los hechos que se constaten por el personal actuante. Asimismo, a las actas se podrá adjuntar como anexos todos aquellos documentos o copia de los mismos que prueben o respalden las infracciones manifestadas en las mismas.

2.-Las actas se extenderán, siempre que sea posible, en presencia del titular del establecimiento, empresa o actividad comercial, sus responsables o representantes legales o, en su caso, de cualquier empleado, los cuales podrán hacer constar en ellas cuanto consideren conveniente y firmarlas. En todo caso, las actas deberán estar firmadas por el inspector de comercio actuante.

3.-Las actas de inspección elaboradas con las debidas garantías tienen valor probatorio en los consiguientes procedimientos administrativos, en cuanto a las circunstancias de fecha, hora, lugar y otras circunstancias y hechos manifestados en las mismas.

4.-Del acta se entregará copia a la persona ante quien se extienda, haciéndolo constar expresamente en la misma.

Sección 2.^a

De las infracciones

Artículo 58.-Disposiciones generales.

1.-Constituyen infracciones administrativas en materia de ordenación de la actividad comercial las acciones u omisiones tipificadas en la presente ley o en la legislación estatal sobre comercio, sin perjuicio de las responsabilidades de orden civil o de orden penal que pudieran derivarse.

2.-Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves, de conformidad con la tipificación establecida en los artículos siguientes.

3.-En relación con las subvenciones en materia de comercio, se aplicará lo dispuesto para esta materia en la normativa de subvenciones por los órganos competentes previstos en esta ley.

4.-Las infracciones a las que se refiere la presente ley prescribirán en el tiempo y la forma descritos en el artículo 67 de la misma.

Artículo 59.-Infracciones leves.

Son infracciones leves:

a) No exhibir la preceptiva autorización, homologación, comunicación, fianza o garantía en la forma establecida en la normativa comercial aplicable.

b) El incumplimiento de la inscripción en el Registro General de Empresarios de Comercio y Establecimientos Mercantiles de la Comunidad Autónoma de Aragón, o de las modificaciones que se produzcan en los datos registrados.

c) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en un lugar visible desde el exterior del establecimiento, así como el incumplimiento de otras obligaciones de información a los compradores previstas en la normativa comercial aplicable.

d) El incumplimiento de los deberes de información y comunicación a la Administración sobre la actividad comercial previstos en la normativa comercial aplicable.

e) La incorrecta denominación de las ventas promocionales.

f) El incumplimiento del deber de comunicación de ventas en liquidación, según dispone el artículo 45 de la presente ley.

g) El incumplimiento de cualquier otra prescripción contemplada en la normativa comercial aplicable no tipificada como infracción grave o muy grave.

Artículo 60.-Infracciones graves.

Son infracciones graves:

a) La negativa, obstrucción o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades, o sus agentes, o el personal de las Administraciones públicas en ejercicio de las funciones de inspección, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.

b) El incumplimiento del requerimiento en el cese de actividades contrarias a la normativa de comercio.

c) La realización simultánea de actividad comercial mayorista y minorista sin establecer la adecuada diferenciación.

d) Ejercer la actividad comercial sin la obtención de la licencia comercial, en los casos en los que sea preceptiva, o incumplir los requisitos impuestos en la misma.

e) El desarrollo de actividades comerciales fuera del establecimiento comercial incumpliendo lo dispuesto en el artículo 8 de la presente ley.

f) La venta ambulante que infrinja lo dispuesto en el artículo 26 de esta ley.

g) La venta en establecimientos y mercados de ocasión de productos no autorizados para su comercialización en los mismos, contraviniendo lo dispuesto en el artículo 18.2 de la presente ley.

h) La realización de ventas por inercia, sin el expreso consentimiento del comprador, prohibidas por el artículo 24 de la presente ley, y las ventas en cadena, ventas domiciliarias, ventas a distancia, ventas automáticas por medio de máquinas o cualquier otra venta no sedentaria incumpliendo las condiciones y limitaciones que para éstas se establecen en la normativa comercial aplicable, salvo que tal incumplimiento constituya otro tipo de infracción.

i) El incumplimiento por las cooperativas de consumidores y usuarios o por los economatos de lo dispuesto en el artículo 10 de la presente ley.

j) El incumplimiento del régimen general de horarios de apertura establecidos en la normativa comercial aplicable.

k) La apertura de establecimientos comerciales en domingos o días festivos no autorizados, o el incumplimiento del régimen de horarios que esté establecido para estos días.

l) La realización de ventas promocionales faltando a la veracidad en la publicidad de la oferta, o incumpliendo las condiciones y requisitos que para

éstas se establecen en la normativa comercial aplicable, no tipificadas como leves en los apartados d), e) y f) del artículo 59 de esta ley.

m) Realizar venta a pérdida incumpliendo las condiciones y requisitos que para ellas se establece en la normativa comercial aplicable.

n) Exigir cuantías superiores a aquellas fijadas para precios o tarifas de los bienes y servicios sujetos a autorización previa de la Administración.

ñ) El incumplimiento de las obligaciones formales en las transacciones económicas con los compradores o usuarios de servicios, en lo relativo a la falta de emisión y contenido de las facturas o documento sustitutivo, en los casos en que la normativa comercial haga preceptiva su entrega o sea solicitada por el consumidor.

o) La reincidencia en infracciones leves por la comisión de más de tres infracciones leves de la misma naturaleza en el término de un año, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

Artículo 61.-Infracciones muy graves.

Son infracciones muy graves:

a) La comisión de infracciones que, siendo la conducta merecedora de ser considerada grave por encajar, en principio, en alguno de los tipos del artículo anterior, exista un grave riesgo para la salud o la seguridad de las personas, de los bienes o del medio ambiente, o hayan supuesto una facturación superior a 500.000 euros, tales circunstancias permitan calificar la conducta como muy grave.

b) La reincidencia por la comisión de más de una infracción grave de la misma naturaleza en el término de un año, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

Artículo 62.-Personas responsables.

1.-Serán personas responsables de las infracciones administrativas tipificadas en la presente ley:

a) Las personas físicas o jurídicas titulares de la empresa, establecimiento o actividad comercial, que serán, salvo prueba en contra, aquellas a cuyo nombre figure la licencia comercial, de actividad o licencia fiscal correspondiente.

b) Las personas físicas o jurídicas que, no disponiendo de la correspondiente licencia comercial, de actividad o licencia fiscal obligatoria, en cada caso, realicen la actividad o mantengan abiertos establecimientos comerciales.

c) Las personas físicas o jurídicas que, por acción u omisión, contravengan lo dispuesto en la presente ley.

2.-El titular de la empresa, establecimiento o actividad comercial será responsable subsidiario, a los efectos de esta ley, de las infracciones cometidas por el personal a su servicio, en el caso de haber procedido contra el supuesto responsable y no poder determinar su responsabilidad directa.

Sección 3.^a De las sanciones

Artículo 63.-Sanciones.

1.-Las sanciones por las infracciones a lo dispuesto en la presente ley se impondrán atendiendo a criterios de proporcionalidad en relación con la gravedad del hecho constitutivo de la infracción, considerándose especialmente las circunstancias establecidas en los artículos siguientes.

2.-En ningún caso podrá producirse más de una sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos.

3.-Las infracciones serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Las infracciones leves, desde apercibimiento hasta 4.500 euros.

b) Las infracciones graves, desde 4.501 hasta 25.000 euros.

c) Las infracciones muy graves, desde 25.001 hasta 600.000 euros.

4.-Cuando, a consecuencia de la infracción, se obtenga un beneficio económico superior a la multa, dicha sanción podrá elevarse hasta el doble del beneficio obtenido específicamente en la operación.

5.-Las infracciones muy graves que supongan alto riesgo para la salud, la seguridad de los consumidores o el medio ambiente, grave perjuicio económico o tengan una importante repercusión social podrán ser sancionadas con el cierre temporal de la empresa o del establecimiento comercial o con la suspensión de la actividad donde se haya producido la infracción, por plazo no superior a un año. En el caso de producirse reincidencia, se podrá proceder a la clausura definitiva.

6.-El órgano administrativo competente, en las infracciones graves o muy graves, podrá imponer, en su caso, además, una sanción accesorias, consistente en una cantidad equivalente a las subvenciones recibidas en materia de comercio durante los últimos dos años, para las infracciones graves, y hasta cuatro años para las muy graves, así como la pérdida de la posibilidad de obtener subvenciones o la prohibición para celebrar contratos con las Administraciones públicas, durante un plazo de hasta dos años en las infracciones graves y hasta cinco años en las muy graves.

7.-De las sanciones impuestas por infracciones muy graves, una vez que sean firmes en vía administrativa, podrá darse publicidad en el «Boletín Oficial de Aragón» o en el de la Provincia correspondiente, o en los medios de comunicación de ámbito autonómico, comarcal o local, siendo los gastos de publicación a cargo del infractor.

Artículo 64.-Determinación de las sanciones.

Para la determinación de la cuantía de las sanciones correspondientes, se tendrán en cuenta las siguientes circunstancias:

a) La reparación de los efectos derivados de la infracción, siempre que no se hayan derivado perjuicios a terceros.

b) La cuantía del beneficio ilícito obtenido, en su caso.

c) La trascendencia social de la conducta infractora, la gravedad de los efectos socioeconómicos ocasionados, su incidencia en el mercado y el número de personas afectadas, en su caso.

d) El plazo de tiempo durante el cual se haya venido cometiendo la infracción.

e) La intencionalidad o negligencia en la comisión de la infracción y la reiteración en la misma.

f) La reincidencia, salvo en los casos en los que tal circunstancia forme parte de la descripción del tipo de infracción.

g) La capacidad económica del infractor o el volumen de facturación de la empresa, establecimiento o actividad comercial.

Artículo 65.-Multas coercitivas.

1.-El órgano sancionador podrá imponer multas coercitivas, una vez impuesta la sanción, como medio para lograr el restablecimiento de la legalidad.

2.-En el supuesto de infracciones leves y graves, las cuantías que se hayan establecido en aplicación del artículo 63.3 se podrán incrementar en un diez por ciento por cada día que pase sin que el infractor atienda al cese de la actuación que dio lugar a la imposición de la sanción. En el supuesto de infracciones muy graves, dicho incremento será del veinte por ciento.

3.-Estas multas podrán imponerse de forma sucesiva y reiterada, por lapsos de tiempo que sean suficientes para cumplir lo ordenado.

Sección 4.^a

Procedimiento sancionador

Artículo 66.-Disposiciones generales.

1.-Será órgano competente para iniciar el procedimiento sancionador el Director del Servicio Provincial competente en materia de comercio en el lugar de producción de los hechos, siendo el personal de dicho Servicio el que llevará a cabo su instrucción.

2.-Serán autoridades competentes para la imposición de sanciones en materia de comercio:

- a) El Director del Servicio Provincial, en las sanciones leves.
- b) El Director General competente, en las sanciones graves.
- c) El Consejero competente, en las sanciones muy graves.

3.-El plazo para resolver el procedimiento sancionador será de un año, a contar desde la fecha de su iniciación. Caducado un procedimiento, si la infracción hubiera prescrito, se declarará la caducidad del mismo. En caso de que la infracción no hubiese prescrito, deberá iniciarse un nuevo procedimiento sancionador, pudiendo incorporarse al mismo los elementos probatorios y otros actos de instrucción válidamente realizados durante la tramitación del procedimiento caducado.

Artículo 67.-Prescripción de las infracciones y sanciones.

1.-El plazo de prescripción de las infracciones previstas en esta ley será de tres años para las muy graves, dos años para las graves y seis meses para las leves.

El cómputo del plazo de prescripción de la infracción se iniciará en la fecha en que se hubiera cometido la infracción o, si se trata de una actividad continuada, en la fecha de su cese. Se entenderá cometida la infracción cuando aparezcan signos externos que permitan conocer los hechos constitutivos de la misma.

2.-El plazo de prescripción de las sanciones establecidas en esta ley será de tres años para las referidas a infracciones muy graves, dos para las graves y seis meses para las leves. El cómputo del plazo de prescripción de las

sanciones se inicia al día siguiente de aquel en que la resolución sancionadora en vía administrativa sea firme.

Artículo 68.-Medidas cautelares.

1.-Durante la tramitación del procedimiento, antes de su resolución, e incluso con anterioridad al inicio del mismo, sin perjuicio de la sanción que en su caso proceda, podrá el órgano administrativo competente ordenar la intervención o decomiso de aquellas mercancías con relación a las cuales, y de acuerdo con las diligencias practicadas, se presuma adulteración, falsificación, fraude, insuficiente identificación o que puedan suponer riesgo para las personas, los bienes o el medio ambiente. Los gastos que se deriven de las operaciones de intervención, depósito, decomiso, transporte y destrucción de la mercancía serán por cuenta del infractor.

2.-En el supuesto de infracciones muy graves, cuando la conducta suponga alto riesgo para la salud o la seguridad de las personas o del medio ambiente, grave perjuicio económico o tengan una importante repercusión social, el órgano administrativo competente podrá ordenar el cierre temporal de la empresa o del establecimiento comercial o la suspensión de la actividad durante la tramitación del procedimiento, antes de su resolución, e incluso con anterioridad al inicio del mismo, sin perjuicio de la sanción que proceda.

Disposiciones transitorias.

1.^a 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.

2.^a El Departamento de Industria, Comercio y Turismo constituirá las comisiones provinciales de equipamientos comerciales en el plazo de un mes a contar de la publicación de esta Ley en el «Boletín Oficial de Aragón.»

3.^a En el plazo de dos meses desde la entrada en vigor de la presente Ley la Diputación General constituirá las comisiones provinciales de comercio, y en el plazo de seis meses la Diputación General aprobará el Plan Regional de Comercio.

4.^a Hasta que la Diputación General elabore el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón previsto en el artículo 14 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 créditos 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 otras relaciones 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.

5.^a En el plazo de quince días a partir de la entrada en vigor de la presente Ley la Diputación General regulará, mediante Decreto, el Registro General de Empresarios de Comercio y Establecimiento Mercantiles de la Comunidad Autónoma de Aragón.

6.^a.-Régimen sancionador en materia de actividades feriales.

Las siguientes infracciones relativas a las actividades feriales, tipificadas en los apartados i) y j) del artículo 56 y clasificadas como leves en el artículo 57.a) de la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de Ordenación de la Actividad Comercial en Aragón, en su redacción original, estarán vigentes hasta que se apruebe, para la Comunidad Autónoma de Aragón, una normativa específica al respecto:

a) La utilización indebida de las denominaciones contempladas en el artículo 19.

b) El incumplimiento por parte de las instituciones a que se refiere el artículo 21 de la obligación de inscripción en el Registro Oficial de Actividades Feriales de Aragón.

(Disposición transitoria añadida por Ley 4/2006, de 22 de junio, por la que se modifica la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón)

Disposiciones finales.

1.^a La presente Ley entrará en vigor el día 1 de enero de 1990, excepto en lo que se refiere a la apertura de establecimientos comerciales de gran superficie, cuya entrada en vigor se producirá al mes de su publicación en el «Boletín Oficial de Aragón.»

2.^a Se faculta a la Diputación General para dictar las disposiciones reglamentarias que requiera el desarrollo de la presente Ley.

3.^a -Actualización de sanciones.

Se autoriza al Gobierno de Aragón para actualizar el importe de las sanciones establecidas en esta ley, de acuerdo con el índice general de precios al consumo.

(Disposición final añadida por Ley 4/2006, de 22 de junio, por la que se modifica la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón)

4.^a.-Régimen sancionador de la actividad ferial en Aragón.

En el plazo de un año desde la entrada en vigor de la presente ley, el Gobierno de Aragón elaborará el régimen que inserte los preceptos oportunos relativos al régimen sancionador que regule la actividad ferial en Aragón.

(Disposición final añadida por Ley 4/2006, de 22 de junio, por la que se modifica la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón)

Disposiciones derogatorias.

1.^a Quedan derogadas todas aquellas disposiciones que se opongan a lo previsto en la presente Ley, manteniéndose expresamente, en aquello que no se oponga a la misma, la vigencia de las siguientes disposiciones:

a) Decreto 103/1986, de 22 de octubre ([LARG 1986\3174](#)), de la Diputación General de Aragón, sobre ferias comerciales.

b) Orden de 13 de agosto de 1987 ([LARG 1987\2405](#)), del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, por la que se fijan los criterios de distribución y el procedimiento para la concesión de subvenciones para la financiación de inversiones destinadas tanto a la construcción, ampliación o mejora de instalaciones y equipamiento feriales, como a la organización y promoción de certámenes comerciales y ferias de muestras realizadas por las entidades organizadoras de las mismas.

c) Decreto 22/1985, de 14 de marzo ([LARG 1985\747](#)), de la Diputación General de Aragón, por el que se fijan los criterios, procedimientos y formas de actuación en materia de promoción y ordenación comercial en sus vertientes de formación, estudios y asistencia técnica.

2.^a En tanto no se desarrolle reglamentariamente la Comisión de Reforma de las Estructuras Comerciales de Aragón, y para regular su funcionamiento, se mantiene la vigencia del Decreto 86/1983, de 9 de septiembre ([LARG 1983\1576](#)), de la Diputación General de Aragón, por el que se crea la Comisión de Crédito de Comercio Interior y se regulan su composición, funciones y procedimiento de actuación.

www.policialocalhuesca.com