

SECCIÓN BOA

Rango: -LEY+

Fecha de disposición: 5/10/89

Fecha de Publicación: 16/10/89

Número de boletín: 108

Organo emisor: PRESIDENCIA

Título: LEY 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón

Texto

LEY 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial en Aragón.

En nombre del Rey y como Presidente de la Comunidad Autónoma de Aragón, promulgo la presente Ley, aprobada por las Cortes de Aragón, y ordenó que se publique en el "Boletín Oficial de Aragón" y "Boletín Oficial del Estado"; todo ello, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 20 y 21 del Estatuto de Autonomía.

PREAMBULO

El Estatuto de Autonomía, norma institucional básica de Aragón, al reconocer a ésta competencia exclusiva tanto en materia de ferias y mercados interiores (artículo 35.1.13) como de planificación de la actividad económica y fomento del desarrollo económico de la Comunidad Autónoma (artículo 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 (artículo 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 las 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 dichos 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

Régimen Administrativo de la actividad comercial

Capítulo I

Del ejercicio de la actividad comercial

Sección 1ª. 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 2ª. 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 Empresarios 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.

Capítulo 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 y normas que la complementan y desarrollan.

Capítulo 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 de actividad semanal de los mismos, será de libre fijación por las empresas.

2. No obstante lo dispuesto en el número anterior, el Departamento de Industria, Comercio y Turismo podrá, a petición de asociación o asociaciones de comerciantes legalmente reconocidas, establecer con carácter excepcional y por un periodo 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 distribución comercial

Capítulo 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.

Capítulo 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

Capítulo 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.

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 4.2 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, sin 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.

Capítulo 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 seiscientos metros cuadrados.

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 mil metros cuadrados.

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 dos mil metros cuadrados.

2. La apertura de dichos establecimientos se realizará conforme a lo previsto en el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.

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 de 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.

Capítulo 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, de 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.

TÍTULO V

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 retirada 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 regirán 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 autorizadas 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) Cualesquiera 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

Capítulo I

De las ventas no sedentarias

Sección 1ª. 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 aquellas 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 2ª. Ventas ambulantes.

Artículo 2º.-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 cuarto 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 periodo 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) Comités 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 3ª. Ventas domiciliarias.

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 en 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, 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 periodo 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 4ª. Ventas a distancia.

Artículo 31.-Se consideran ventas a distancia aquellas 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, 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 5ª. Ventas automáticas.

Artículo 34.-Se considera venta automática aquella en la cual el comprador adquiere la mercancía o el servicio de que se trate directamente de una máquina preparada a tal efecto y mediante la introducción en la misma del importe requerido, sin que 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.

Capítulo II

De las ventas promocionales

Sección 1ª. Definición general.

Artículo 38.-1. Se consideran ventas promocionales aquellas 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 28. Ventas a pérdida.

Artículo 39.-1. 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 puede hacer a la baja.

2. A efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, se entiende por precio de compra para el comerciante el que resulta de deducir del precio unitario de factura todas las bonificaciones hechas por el suministrador y añadir los impuestos 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 prestados 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 costo 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 3ª. Ventas con prima.

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

2. Durante el periodo 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 4ª. 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 las reducciones 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 5ª. 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 periodo 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 6ª. 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 periodo de tiempo no inferior a tres meses.

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

c) Productos defectuosos, deteriorados o desperejados.

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 concurran 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 aquellos 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 hay 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. Ventas por descuento.

Artículo 49.-1. Se consideran ventas con descuento aquellas 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.

Capítulo III

De las ventas con entrega aplazada

Artículo 50.-1. Se consideran ventas con aplazamiento aquellas en las que la 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 actuación pública sobre la actividad comercial

Capítulo I

Del fomento de la actividad comercial

Artículo 51.-La Diputación General de Aragón, especialmente a través del Departamento de 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.

Capítulo 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 de 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 en la Comunidad Autónoma.

Capítulo III

Régimen de infracciones y sanciones

Sección 1ª. De las infracciones.

Artículo 55.-1. Constituyen infracciones administrativas de la ordenación de la actividad comercial las acciones u omisiones de los distintos sujetos responsables tipificadas y sancionadas en la presente Ley.

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

3. Las infracciones no podrán ser objeto de sanción sin previa instrucción del oportuno expediente, que podrá ser iniciado de oficio, por reclamación o denuncia.

4. Las infracciones a que se refiere la presente Ley prescribirán a los cinco años, computados a partir del día en que se cometa la infracción.

5. Caducará la sanción para perseguir las infracciones cuando, conocida por la Administración su existencia y finalizadas las diligencias dirigidas al esclarecimiento de los hechos, hubieran transcurrido seis meses sin que la autoridad competente hubiera ordenado incoar el oportuno procedimiento o, una vez incoado, se paralizase durante dicho plazo por causa imputable a la Administración.

Se entenderán finalizadas aquellas diligencias en el momento en que se hayan formalizado las actas por los funcionarios inspectores actuantes.

Artículo 56.- Constituye infracción administrativa en materia de actividad comercial:

a) El incumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 4.

b) El incumplimiento de la normativa excepcional prevista en el artículo 6.

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

d) El desarrollo de actividades comerciales fuera del establecimiento mercantil incumpliendo lo dispuesto en el artículo 8.

- e) El incumplimiento por las cooperativas de consumidores y usuarios y por los economatos de lo dispuesto en el artículo 10.
 - f) La apertura, modificación o ampliación de establecimientos comerciales contraviniendo lo dispuesto en esta Ley y en el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.
 - g) La instalación de mercadillos y mercados de ocasión sin la correspondiente autorización.
 - h) La venta en mercadillo y mercados de ocasión de productos no autorizados para su comercialización en los mismos.
 - i) La utilización indebida de las denominaciones contempladas en el artículo 19.
 - j) El incumplimiento por parte de las instituciones a que se refiere el artículo 21 de la obligación de inscripción en el Registro Oficial de Ferias Comerciales de Aragón.
 - k) La práctica de ventas por inercia, prohibidas por el artículo 24.
 - l) El desarrollo de las ventas en cadena, prohibidas por el artículo 25.
 - m) La instalación de puestos de venta ambulante que infrinja lo dispuesto en el artículo 26.
 - n) La venta domiciliaria que vulnere lo dispuesto en el artículo 29.3.
 - ñ) El incumplimiento de los requisitos que a tenor del artículo 32 deben poseer las ventas realizadas a distancia.
 - o) El incumplimiento de los requisitos particulares exigidos para el desarrollo de ventas a distancia.
 - p) El incumplimiento por las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la explotación de máquinas automáticas de los requisitos que éstas deben reunir a tenor del artículo 36 y de aquellos que se determinen reglamentariamente.
 - q) El incumplimiento por las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la explotación de máquinas automáticas de los requisitos exigidos por el artículo 37 para el desarrollo de esta actividad.
 - r) El incumplimiento de los requisitos que para las ventas a pérdida se contienen en el artículo 39.
 - s) Las ventas con prima que infrinjan lo dispuesto en el artículo 40.
 - t) Las ventas en rebajas en las que no se consigne el precio conforme a lo establecido en el artículo 41 o recaigan sobre los productos a que se refiere el artículo 42 o no cumplan las condiciones que para su anuncio se disponen en el artículo 43.
 - u) Las ventas en liquidación en las que no concurra alguna de las circunstancias previstas en el artículo 44 o cuya realización no se haya comunicado al Departamento de Industria, Comercio y Turismo conforme al artículo 45.
 - v) Las ventas de saldo que tengan por objeto productos distintos de los previstos en esta Ley, las que no cumplan con los requisitos contenidos en el artículo 46 y las que se practiquen en establecimientos o en condiciones distintas a las exigidas en el artículo 47.
 - x) Las ventas con aplazamiento en las que el comerciante no extienda la correspondiente factura o ésta no contenga las indicaciones que en su caso vengan exigidas por las disposiciones dictadas en desarrollo de esta Ley.
 - y) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información expresamente mencionada en los artículos 40 y 41 o cualquiera otra requerida por las autoridades competentes o sus agentes en cumplimiento de la presente Ley.
 - z) El suministro de información inexacta o la presentación de documentación falsa.
- Artículo 57.-Las infracciones a lo perpetuado en esta Ley se clasificarán en leves, graves y muy graves:
- a) Serán consideradas infracciones leves las previstas en el artículo 56 de la presente Ley, en los apartados: a), b), i), j), m), r), s), t), u). v), x)

b) Serán consideradas infracciones graves:

1. La comisión de tres infracciones leves en el plazo de un año.
2. Las previstas en el artículo 56 de la presente Ley, en los apartados: c), d), e), f), g), h), k), l), n), ñ), o), p), q), y).

c) Serán consideradas infracciones muy graves:

1. La reincidencia en la comisión de faltas graves.
2. La infracción prevista en el apartado z) del artículo 56 de la presente Ley.

Sección 2ª. De las sanciones.

Artículo 58.-Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley serán sancionadas con multa cuya cuantía se establecerá de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Las infracciones leves, hasta 100.000 pesetas. b) Las infracciones graves, hasta 1.500.000 pesetas. c) Las infracciones muy graves, hasta 10.000.000 pesetas.

En todos los casos la sanción deberá graduarse con arreglo a los siguientes criterios:

a) Cuantía del beneficio ilícito. b) Trascendencia social. c) Comportamiento especulativo del infractor. d) Cuantía global de la operación objeto de la infracción. e) Grado de intencionalidad del infractor.

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

3. Aquellas infracciones muy graves que supongan un alto riesgo para la salud, grave perjuicio económico o tengan importante repercusión social podrán ser sancionadas con el cierre temporal del establecimiento comercial en el que se haya producido la infracción. En el caso de producirse reincidencia se podrá proceder a la clausura definitiva del mismo.

4. En los supuestos previstos en el apartado anterior podrá acordarse la publicación, a cargo del infractor, de las sanciones impuestas como consecuencia de lo establecido en esta Ley, cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de los responsables y la índole y naturaleza de las infracciones en el "Boletín Oficial de Aragón", en los de la provincia y municipio y a través de los medios de comunicación social que se consideren oportunos.

Artículo 59.-1. Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, la autoridad que ordene la iniciación del expediente podrá, con carácter cautelar, ordenar la intervención de aquellas mercancías con relación a las cuales y de acuerdo con las diligencias practicadas se presuma el incumplimiento de los requisitos mínimos exigidos para su comercialización y siempre que la presencia en las mismas en el mercado pueda entrañar riesgos para el consumidor o usuario.

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

Artículo 60.- No tendrán carácter de sanción la clausura o cierre de establecimientos que no cuenten con las autorizaciones o registros preceptivos, ni la suspensión del funcionamiento de aquéllos hasta tanto cumplan con los requisitos exigidos por esta Ley y por el resto de las normas dictadas en materia de comercio interior.

Artículo 61.-1. Serán autoridades competentes para la imposición de sanciones:

a) El Director General de Comercio y Consumo, las sanciones leves y graves. b) El Consejero de Industria, Comercio y Turismo, las sanciones muy graves. c) La Diputación General, las sanciones contempladas en el artículo 58 apartados 3 y 4.

2. El procedimiento a seguir será el establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.-Podrán continuar realizándose en los lugares y fechas habituales y para los artículos que venían expidiéndose las ventas en mercadillos y ferias comerciales existentes con anterioridad a la presente Ley, salvo los que se

encuentren ubicados en calles peatonales comerciales, en cuyo caso deberá procederse a su traslado.

Segunda.- 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".

Tercera.-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 al Plan Regional de Comercio.

Cuarta.-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 criterios de aportación a la mejora de las estructuras comerciales de la zona; localización del establecimiento proyectado en relación con las características del equipamiento comercial en su zona de influencia; las previsiones de ocupación de suelo y cualesquiera otras relacionados con el urbanismo comercial en general. En todo caso las decisiones de las comisiones provinciales de equipamiento comercial por las que se apruebe o deniegue una solicitud de apertura deberán estar fundadas y, una vez hechas públicas, el solicitante tendrá acceso a los datos y documentos de cualquier clase utilizados en la tramitación del expediente.

Quinta.-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 Establecimientos Mercantiles de la Comunidad Autónoma de Aragón.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.-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".

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

DISPOSICION DEROGATORIA

1. 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, de la Diputación General de Aragón, sobre ferias comerciales.

b) Orden de 13 de agosto de 1987, del Departamento de Industria, Comercio y Turismo, por 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, de la Diputación General de Aragón, por el que se fijan los criterios, procedimientos y forma de actuación en materia de promoción y ordenación comercial en sus vertientes de formación, estudios y asistencia técnica.

2. 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, 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.

Así lo dispongo a efectos del artículo 9.1 de la Constitución y de los correspondientes del Estatuto de Autonomía de Aragón.

Zaragoza, a cinco de octubre de mil novecientos ochenta y nueve.

El Presidente de la Diputación General, de Aragón HIPOLITO GOMEZ DE LAS ROCES