Xedapen Orokorrak

LEHENDAKARITZA

2125

7/1994 LEGEA, maiatzaren 27koa, merkataritza iharduerari buruzkoa.

Eusko Legebiltzarrak honako Legea honartu duela jakinarazten zaie Euskadiko herritar guztiei:

MAIATZAREN 27KO 7/1994 LEGEA, MERKATARITZA IHARDUERARI BURUZKOA.

Zioen adierazpena

Gure Autonomi Elkartean lehen aldiz merkataritza-iharduera antolatu duen maiatzaren 19ko 9/1983 Legea indarrean jarri zenetik hona hamar urte baino gehiago igaro diren honetan, iharduera horren administrazio-arau berriak egiteko beharra sortu da zenbait gorabehera dela eta.

Esan beharra dago 9/1983 Legea erreferentzia egokia dela gauza askotarako eta hura aplikatzetik eratorritako praktika testu berri osorako argibide izan dela. Halere, funtsezko aginduetako batzuk berrikusi behar dira, gure barne-merkataritzaren etorkizuna aurrikusiz, hori izango baita araubideak oinarritzat izango duen eremu materiala.

Hain zuzen, 1986.eko urtarrilaren lean sartu ginen Europako Elkartean, eta estatuen bateratze-bide dinamikoa den horren unerik gailenena Europako Merkatu Bakarra ihardunean jartzea da. Gertaera horrek legezko eta egitezko aldaketak eragingo ditu, eta horiek direla eta, gizarte eta ekonomia-harremanak berriz egituratuko dira. Gauzak horrela, tokiko merkatuek eta merkatu txikiek gero eta erreferentzia zentzugabeagoa osatuko dute, eta handiak, zabalak eta lehiarako prest daudenak hartuko dira kontuan.

Gure barne-merkatua eta merkataritza-enpresak bultzatu behar dituen gaurkotasun- eta berritasun-asmoak agerpen asko ditu araubide berrian.

Batetik, legearen eremu materialak merkataritzaren betidaniko ikusmoldea gainditu du. Merkataritza ekoizpenaren eta kontsumoaren arteko beharrezko maila delakoa zabalago hartzen da, bien arteko lotura askotan gertatzen baita bitartekari baten banaketa-zerbitzuen beharrik izan gabe. Bestetik, salgaiak banatzen dituen enpresa baten iharduera lege honi atxiki behar zaio, salgaiak kontsumorako direnentz kontuan izan gabe. Azkenik, edozein zerbitzu-enpresak bere iharduera lege honen arabera egokitu beharko du, zerbitzu horiei buruzko berariazko araubideren batek arautzen ez duenean.

Gaurkotasunerako interesgarria den beste ezaugarri bat betidanikoetatik bereizten diren merkataritza-formulak arautzea da, gaur arte gure legedian ageri ez zirenak, hala nola, urrutiko salmenta, sustapeneko salmenta, aldizko salmenta eta makina automatikoen

Disposiciones Generales

PRESIDENCIA

2125

LEY 7/1994, de 27 de mayo, de la actividad comercial.

Se hace saber a todos los ciudadanos de Euskadi que el Parlamento Vasco ha aprobado la siguiente:

LEY 7/1994, DE 27 DE MAYO, DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

Exposición de motivos

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

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

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

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

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

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

bidezkoa, edo behar bezainbatean arautuak izan ez direnak.

Eraberritzearen gaurkotasun-asmo hori testu berriak islatzen duen merkataritza-enpresaren eta bere iharduerareren ikuskeran ere nabarmena da. Batetik, merkatariek euren negozioa ezagutu behar dute, ihardueraak garaiz egitamutu: azken finean, enpresa antolatu behar dute. Bestetik, enpresek ez dute merkatua eta enpresaren derrigorrezko gardentasuna nahas dezakeen arauz kanpoko iharduerarik izan behar, bestela ez baitira bermatuko merkatu horretan biltzen diren interes desberdinak, batzuetan oso elkarren aurkakoak izaten direnak.

Eraberritzearen berritasun-asmoa nabarmen gertatzen da, autonomi elkarteko araua izanik berorren aginduetan gai horretako araugintza-aginpidea agortzeko ahalegina egiten den aldetik. Eremu hori zehazten ari dira Konstituzio Auzitegiaren zenbait adierazpen, arlo honekin lotuta dauden edo berekoak diren gaiei buruzkoak, hala nola, ekonomia-iharduerarcn oinarriak, lehiaren defentsa, berdintasunerako oinarrizko baldintzak, zuzenbide pribatuko eta auzibideko legedia eta osasun-arloa.

Bigarrenik, legediaren eraberritze honen sorburu den beste bigarren ideia bat legeak ageri duen sistematizatzeko ardura da. Horren arabera, araubidezko sail bakar batean bilduko dira antolaketari buruzko erabaki guztiak, eta horiei, produktu eta zerbitzuen sustapenerako merkataritza-iharduerarcn araudia ere gehituko zaie, merkataritza-lehiaketek osatutakoa. Halaber, testu berriak publizitate eta informazioari buruzko erabakiak ere baditu, bai eta araudietako aginduen eraginkortasunaren kontrolari buruzko idazpuru bat ere.

Testuaren sistematizazioa praktikotasunez egin da, eta, ondorioz, aginduen idazkera eta arlo honekin lotuta dauden edo arlo berari dagozkion beste jaurbide batzuen aipamenak benetan ulergarriak dira. Horrela, lege honek helburu duen araugintzari argitasun nabaria eman zaio, edukinen zehaztasunari kalterik egin gabe, edukinok araudi bidez garatzeko errazak gerta daitezkeelarik. Horri esker, zuzenbide-estatuaren ihardueraako ezinbestekoak diren gai honen lege-defentsari buruzko alderdiak indartuko dira.

Hirugarrenik, eraberritzea planteatzerakoan orientabidezko zentzu zabal eta parte hartzekoa izan da kontuan. Bideratzeko ahalmena aginduek azaltzen duten merkatu eta merkataritza-iharduerarekiko ikuskeran islatzen da.

Zabaltasuna eta parte hartzeko izaera arauaren onarpenaren aurreko eta ondorengo zenbait alderdik adierazten dute.

Batetik, araua prestatzeko lanetan kontsumitzaile, langile, enpresari eta udalek parte hartu dute. Haietan sortu diren gogoetak baliagarriak izan dira aginduen ikusmolde egokituagoa emateko, bai eta doakienek harrera hobea egiteko ere.

máquinas automáticas, o han sido objeto de regulación insuficiente.

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

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

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

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

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

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

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

Bestetik, arauan, merkataritza-iharduaeretarako kide anitzeko partaidetza-organo bat sartu da, gizarte- eta ekonomia-eragileen arteko eztabaidaren bitartez gai honetan adostasunezko politika zabalagoa garatu ahal izan dadin.

Azkenik, Euskal Herriko Autonomi Estatutuaren 3/1979 Lege Organikoan jasotzen diren aginpideak izendatu behar dira, bereziki 10. ataleko 25, 27, 28 eta 31 zenbakietan agertzen direnak, lege honen gaitzaile baitira.

I. IDAZPURUA EZARPEN EREMUA

1. atala.- Legearen helburua

Lege honen helburua merkataritza-iharduerari administrazio-araubidea ezartzea da, bai eta Euskal Herriko Autonomi Elkarteko merkataritza-egitura hobetzea ere.

2. atala.- Merkataritza-iharduera. Zer den

Lege honen ondorioetarako, merkataritza-ihardueratzat hartzen da saltzeko eskuratutako produktu edo salgaiak merkaturatzea, salgai horiek nabarmen aldatu gabe, bai eta ekoizle, eskulangile edo industrilariek zuzenean azken saltzea ere.

Azken kontsumorako ondasunak, ekoizpen-prozesuetan, merkataritzakoetan edo besteri zerbitzuak ematekoetan sartzekoak ez direnak dira.

3. atala.- Besteri zerbitzuak ematea

Merkataritza-ihardueratzat hartuko da, halaber, besteri zerbitzuak ematea ere, aurreko atalean zehaztutako azken izaeraz merkatuan eskaintzen direnean.

Besteri zerbitzuak ematea ere lege honen agintepean egongo da, beti ere hari buruzko bestelako arau zehatzik ez dagoenetan.

II. IDAZPURUA MERKATARITZA IHARDUERA GAUZATZEA

I. atalburua
Hatsapen orokorrak eta gauzatzeko baldintzak

4. atala.- Merkataritza-ihardueraren esparrua

Merkataritza-iharduera lehia aske eta leialaren hatsapenaren arabera garatuko da eta kontsumitzaile eta erabiltzaileen defentsarena kontuan izanez, merkatu-ekonomiaren eta haren plangintza orokorraren esparruan.

5. atala.- Ohiz kanpoko neurriak eta legez kanpoko praktikak

1.- Aurreko atalean ezarritakoari kalterik sortu gabe, Eusko Jaurlaritzak, merkataritzako aginpidea

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

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

TÍTULO I ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1.- Objeto de la ley

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

Artículo 2.- Actividad comercial. Concepto

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

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

Artículo 3.- Prestación de servicios

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

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

TÍTULO II DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Capítulo I
Principios generales y condiciones para su ejercicio

Artículo 4.- Marco de la actividad comercial

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

Artículo 5.- Medidas excepcionales y prácticas no permitidas

1.- Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, el Gobierno Vasco, a propuesta del De-

duen sailaren proposamenez, ohiz kanpo iharduerarako neurriak hartu ahal izango ditu elikagaien eta/edo behar-beharrezko produktuen banaketa-bideetan, horniketa-defizitak hala eskatzen duenean.

2.- Merkataritza-iharduera gauzatzerakoan ezin egingo da produktuen ohizko banaketaren edo zerbitzu-emanketen prozesuan unean uneko edo etorkizunerako arrazoitu gabeko bereganatze, geratze edo garestitzea sor dezakeen praktikarik, ez eta inolako bereizkeriarik sor dezakeenik ere, horrelako praktikak kontsumitzaile eta erabiltzaileen kalterako izan daitezenean.

6. atala.- Gauzatzeko baldintzak

1.- Merkataritza-iharduerak indarrean dagoen legediaren arabera beharrezko gaitasun juridikoa dutenek gauzatuko dituzte.

2.- Enpresa-askatasunaren hatsapen orokorrari kalterik sortu gabe, baldintza eta gaitasun jakin batzuk edo halako titulazio eskatu ahal izango dira administrazioko emakida edo baimen bereziren bat behar duten edo produktu edo zerbitzuaren izaera dela eta trataera berezia eskatzen duten merkataritza-iharduerak gauzatzeko, bai eta herri-interesa kontuan hartzeagatik ere.

3.- Jaurlaritzak, 21. atalean jasotakoari kalterik sortu gabe, merkataritzako iharduera-modu jakin batzuetan aritzeko baldintzatzat jo ahal izango du, araudiz, berme edo fidantzak ematea, interes orokorreko arrazoiak medio.

7. atala.- Merkataritza-enpresen betebeharrak

Merkataritza-enpresek beren iharduera eta ihardunbiderako ezarrita dauden agiri, informazio, liburu edo erregistroari buruzko betebeharrak bete beharko dituzte eta dagozkien Ekonomia Iharduerağatiko Zergaren idazpuruetan izena emanda egon beharko dute.

II. atalburua
Eskaintzaren eta prezioen baldintzak

8. atala.- Eskaintzaren baldintzak

1.- 4. atalean ezarritakoaren arabera, merkataritza-iharduera gauzatzerakoan, produktu edo zerbitzuen jatorri, kalitate eta kopurua, prezioa eta salmentako edo emanketako baldintzak, eskainitakoak izango dira eta, beti ere, haiek arautzen dituen araudiaren arabera eska daitezkeenak.

Eskaintzaileak, horretarako, produktu edo zerbitzua ezagutzeko informazio egokia, erabilerak dituen arriskuak eta eskuratzeko baldintzak jakinarazi beharko ditu.

2.- Halaber, merkataritza-eragiketarik gertatzen bada eta hartzaileak hala eskatuz gero,

partamento competente en materia de comercio, con carácter excepcional podrá adoptar medidas de intervención en los procesos de distribución de productos alimenticios y/o de primera necesidad cuando así lo exigieran déficits de abastecimiento.

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

Artículo 6.- Condiciones para su ejercicio

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

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

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

Artículo 7.- Obligaciones de las empresas comerciales

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

Capítulo II
De las condiciones de la oferta y de los precios

Artículo 8.- Condiciones de la oferta

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

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

2.- Igualmente, en caso de transacción y a solicitud del adquirente, las empresas comerciales estarán

merkataritza-enpresek derrigorrez eman beharko dute merkataritza-eragiketari buruzko xehetasunak azaltzeko nahikoa agiri.

9. atala.- Produktu eta zerbitzuen prezioa

1.- Eskaintza egiten dutenek askatasuna izango dute produktu eta zerbitzuen prezioa finkatzeko, indarrean dagoen legediak ezarritako mugen salbuespenaz.

2.- Merkataritzarako produktuek argi azalduko dute zein den haien prezioa, hartzaileek eskaintzaileari galdetu beharrik izan ez dezaten. Erakustokietako gaien prezioak kanpotik ikusteko moduan jarri beharko dira. Erabiltzaileekiko zerbitzuak eskaintzen dituzten merkataritza-etxe guztiek jendeak ikusteko moduan azaldu beharko dituzte gaiei aplika dakizkiekeen prezioak.

Prezioen informazioari dagokionez, salbuespen edo baldintza bereziak ezarriko dira araudi bidez segurtasuna, homogeneotasuna nahiz produktu edo zerbitzuaren izaera dela eta.

3.- Multzoka saltzeko diren produktuetan, neurri-unitate bakoitzari dagokion prezioa adieraziko da. Multzoka saldu ohi diren produktuetan, aldez aurretik ezarritako kopuru edo bolumenetan jartzen badira salgai, ohizko neurri-unitateko prezioa azalduko da, produktuaren neurria eta prezioa guztira.

4.- Iragarritako salmenta-preziotzat hartuko da eskura ordaindu ondoren lortutako produktu edo zerbitzuari zerga eta guzti dagokion prezioa.

5.- Merkatariak onartzen diren ordainbideak zeintzuk diren azalduko du, bai eta produktua itzultzeko aukerarik ba al dagoen ala ez eta itzultze hori, erosleari interesatzen edo komeni zaiolako bakarrik bada, zein baldintzatan gauzatuko den ere.

III. atalburua
Bidegabeko publizitatea

10. atala.- Bidegabeko publizitatea merkataritza-iharduera gauzatzerakoan

1.- Eusko Jaurlaritzak, atal honetan ezarritakoaren arabera eta kontsumitzaile eta erabiltzaileen bidezko interesen defentsarako, merkataritza-iharduera gauzatzerakoan bidegabeko publizitatea erabiltzea saihesteko beharrezkoak diren ekintzak sustatuko ditu.

2.- Horretarako, eta legez ezarritako ekintzei kalterik sortu gabe, bere kabuz edo doakionaren eskariz, bidegabeko publizitatea eten edo aldatzeko ihardunbidea izapidatu ahal izango du Eusko Jaurlaritzak auzitegi aginpidedunean, indarrean dagoen publizitateari buruzko legediaren arabera.

obligadas a expedir documentación suficiente sobre los diversos extremos relativos a la transacción.

Artículo 9.- El precio en los productos y servicios

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

2.- Los productos expuestos para su comercialización estarán marcados con su precio de forma clara, de modo que resulte innecesaria consulta alguna al oferente. Los precios de los artículos expuestos en los escaparates resultarán visibles desde el exterior. Todos los establecimientos que presten servicios a los usuarios exhibirán al público de forma perfectamente visible los precios aplicables a los mismos.

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

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

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

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

Capítulo III
De la publicidad ilícita

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

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

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

3.- Sailarteko organo bat osatuko da araudi bidez eta hari egotziko zaizkio aurreko idazatian ezarritako ahalmenak.

IV. atalburua
Merkataritza-etxea

11. atala.- Merkataritza-etxea

Merkataritza-iharduera merkataritza-etxe batean gauzatu beharko da, lege honen III. idazpuruan, salmenta-modu berezici buruzkoan, ohartemandako salbuespenetan ezik.

Merkataritza-etxetzat hartuko dira merkataritza-iharduera batera atxikitako eraikinak eta tegiak.

Jendearentzat irekita daudeneko ordu eta egunak kanpoaldetik ikusteko moduan jarriko dira merkataritza-etxeetan.

12. atala.- Irekitzeko baimena

Merkataritza-etxeak irekitzeko baimenak udalek emango dituzte lege honetan ezarritakoan oinarrituz eta ezartzekoa den araudiaren arabera.

13. atala.- Merkataritza-etxeak jartzea

Eusko Jaurlaritzak ezarri ahal izango ditu merkataritza-etxeak jartzeari buruzko udal-arauek jarraitu beharko dituzten irizpideak, ondorengo helburuak lortzearren:

a) Merkataritza-hornikuntzaren eta horren lurralde-banaketaren arteko oreka egokia.

b) Enpresa txiki eta ertainaren sustapena lehiarako askatasunaren esparruan.

c) Kontsumitzaileen beharrak beteko dituzten beste batzuk, haien bidezko interesak defendatuz.

Euskal Herriko Lurralde Antolaketari buruzko 4/1990 Legean ohartemandako lurralde-antolaketarako tresnetan finkatuko da zer-nolako lurralde-irizpideak erabiliz jarri edo aldatuko diren salmentarako 2.000 metro koadro baino azalera handiagoa duten merkataritza-etxeak edota, handiturik, azalera hori lortu edo gainditzen dutenak.

III. IDAZPURUA
SALMENTA MODU ETA PRAKTIKA BEREZIAK

I. atalburua
Ohizko merkataritza-etxetik kanpoko salmentak

14. atala.- Motak

Ohizko merkataritza-etxetik kanpo gauzatutako salmentak dira kaleko salmentak deiturikoak, etxez

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

Capítulo IV
Del establecimiento comercial

Artículo 11.- Establecimiento comercial

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

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

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

Artículo 12.- Licencia de apertura

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

Artículo 13.- Implantación de establecimientos comerciales

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

a) Un adecuado equilibrio entre el equipamiento comercial y su distribución territorial.

b) El impulso de la pequeña y mediana empresa en el marco de la libertad de competencia.

c) Aquellos otros que incidan en la satisfacción de las necesidades de los consumidores protegiendo sus legítimos intereses.

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

TÍTULO III
DE LAS MODALIDADES Y PRÁCTICAS ESPECIALES DE VENTA

Capítulo I
Ventas realizadas fuera de establecimiento comercial permanente

Artículo 14.- Clases

Son ventas efectuadas fuera del establecimiento comercial permanente las denominadas venta ambu-

etxekoak, urrutikoak eta aldizkoak.

15. atala.- Kaleko salmenta. Zer den

Kaleko salmenta ohizko saltzaileek edo noizean behin saltzen dutenek merkataritza-etxe batetik kanpo gauzatutako salmentak dira, saltoki edo eraikuntza desmuntagarrietan edota ibilgailuetan. Kaleko salmentak udalaren baimena beharko du; baimen hori bestereganaezina izango da eta gehienez urtebeteko iraupena izango du.

Merkataritza-lekuetako sarbidean eta erakustokien aurrean ezin egingo da salmenta-mota hori.

16. atala.- Kaleko salmenta arautzea

1.- Udalek beren eraginpeko lurraldeetan arautu ahal izango dute kaleko salmenta. Antolatuta ez dagoen udaletan ezin gauzatuko da kaleko salmenta. Udal-arauek derrigorrez ezarri beharko dituzte:

a) Baimena lortzeko baldintzak; ondorengoak izango dira gutxienez:

1.- Saltzailearen bizilekua jakinaraztea.

2.- Dagozkion Ekonomia Ihardueragatiko Zergaren idazpuruetan izena emanda egotea eta zerga horren ordainketak eguneratuak izatea.

3.- Dagokion Gizarte Segurantzaren jaurbidean izena emanda egotea.

4.- Merkataritza-produktuei eta instalakuntzei buruzko berariazko arauek ezartzen dituzten garbitasun- eta osasun-baldintzak edo bestelakoak ere betetzea.

b) Kaleko salmenta-mota desberdinen ezaugarriak zehaztea. Horren arabera, ondorengoak bereiziko dira:

1.- Betidanik antolatu diren aldizkako merkatuak edota berriak, leku jakinetan eta maiztasun finko batez jartzen direnak. Gehienez astean bitan antolatuko dira.

2.- Azokak, jaiak edo herriko ospakizunak direla eta, noizean behin ezartzen diren merkatuak.

3.- Kamioi-denda edo kaleetan jartzen diren postuetako salmentak, egoera eta baldintza jakinetan baimendutakoak.

c) Lekua, salbuetsitako inguruneak, maiztasuna, ordutegia, baimenen kopurua eta baimendutako produktuak zehaztea.

lante, venta a domicilio, venta a distancia y venta ocasional.

Artículo 15. Ventas ambulantes. Concepto

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

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

Artículo 16.- Regulación de la venta ambulante

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

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

1.- Indicar el domicilio del vendedor.

2.- Estar dado de alta en los epígrafes correspondientes del Impuesto de Actividad Económica y encontrarse al corriente de su pago.

3.- Estar dado de alta en el régimen de la Seguridad Social correspondiente.

4.- Cumplir los requisitos higiénico-sanitarios o de otra índole que establezcan las reglamentaciones específicas relativas a los productos comercializados e instalaciones.

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

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

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

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

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

2.- Baimenean argi azalduko da zein produkturi dagokion, bai eta zein leku, egun eta ordutan egin ahal izango duten baimendunek kaleko salmenta.

3.- Kaleko saltzaileak nahitaez jakinarazi beharko du, ageriko txartel baten bidez, kontsumitzaileen erreklamazioei, halakorik balego, erantzungo zaien lekuko helbidea. Helbide hori beti ere fakturan edo salmenta-egiaztagirian azalduko da.

17. atala.- Salbuetsitako hiri-ingurunea

1.- 15.000 biztanletik goragoko udal guztietan zehaztuko da "salbuetsitako hiri-ingurunea", eta bertan ezin gauzatuko da kaleko salmenta.

2.- Salbuetsitako hiri-ingurunea bertako udalak zehaztuko du, dagokion merkataritza-ganbara ofizialari entzun ondoren, ingurune horretako merkataritza-hornikuntzaren eta horrek herritarren kontsumo-gaitasunarekiko duen egokitasunaren arabera.

3.- Ezarriko den salbuetsitako hiri-ingurunea homogeneoa eta etengabea izango da, eta, beti ere, hirigunean kokatuko da.

18. atala.- Salbuespenak

Azokak, jaiak, herriko ospakizunak edo tradiziozkoak direla eta, aurreko ataleko lehen idazatian aipatzen den salbuetsitako hiri-ingurunean kaleko salmenta gauzatzeko debekutik kanpo geratuko diren merkatuak araudiz ezarriko dira, dagokien udalei eta udal horretako merkatari eta kontsumitzaileen elkarterik ordezkagarrienei entzun ondoren.

19. atala.- Jagotea eta kontrola

Kaleko salmentari dagokionez, udalei dagokie garbitasun-, osasun- eta segurtasun-arauak eta merkataritza-iharduera arautzen dutenak betetzen direla bermatzea, bai eta arau-hauste arin eta larriak kontrolatu eta zigortzea ere, beste herri-administrazio batzuei egotzitako aginpideei kalterik sortu gabe.

20. atala.- Etxez etxeko salmenta

1.- Etxez etxeko salmentatzat hartzen da bizilekn pribatuetan, astialdi- eta bilera-lekuetan, lantokietan eta antzekoetan egindako eskaintzaz gauzatzen dena eta ez saltzailearen merkataritza-etxean egindakoaz.

2.- Salmenta-mota hori eskaintzeko publizitatea kontsumitzaileari eman beharko zaio, eta ondorengo alderdiak izan beharko ditu:

a) Enpresaren bereizgarriak eta helbidea.

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

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

Artículo 17.- Perímetro urbano exceptuado

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

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

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

Artículo 18.- Exclusiones

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

Artículo 19.- Vigilancia y control

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

Artículo 20.- Venta a domicilio

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

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

a) Identificación y domicilio de la empresa.

b) Salmenta mota hau gauzatzeko baimenaren zenbakia.

c) Produktu edo zerbitzua merkatuan zalantzarik gabe hautemateko beharrezkoak diren datuak.

d) Ordaintzeko kopuru, modu eta baldintzak, bidaltzeko gastuak eta epea.

3.- Beste edozein motatako salmentaren bidez eskuratutako salgaiak etxera eramatea ez da aurreko gaiaren barruan sartuko.

21. atala.- Baldintzak

1.- Merkataritza-gaietan aginpidea duen sailari dagokio etxez etxeko salmenta-mota gauzatzeko baimenak ematea. Horretarako, eskatzaileek 16. ataleko lehen idazatiko a) puntuan ezarritako baldintzak bete beharko dituzte.

Etxez etxeko salmenta gauzatzeko, enpresek berme-fidantza utzi beharko dute, araudiz finkatutako baldintzetan.

Etxez etxeko salmentak egiten dituzten enpresek administrazioko agintarien eskura izan beharko dute salmenta-mota horretan parte hartzen duten langileen zerrenda eguneratua.

2.- Saltzaileak erosleari erakutsi beharko dizkio enpresaren izena, salmentarako baimena eta berak zeren gisa dihardueen azaltzen duten agiriak.

22. atala.- Urrutiko salmenta

1.- Urrutiko salmenta da saltzaileak bere eskaintza komunikabideren baten bitartez eginez gauzatzen dena, eta erosleei eskakizunak komunikabide horren bidez edota urrutiko beste batez egiteko eskatzen dielarik.

2.- Merkataritza-gaietan aginpidea duen sailari dagokio salmenta-mota hori gauzatzeko baimenak ematea. Horretarako, eskatzaileek 16. ataleko lehen idazatiko a) puntuan ezarritako baldintzak bete beharko dituzte.

3.- Beti ere, benetako produktuak eskaintzen denaren ezaugarri berberak izango dituela bermatuko da.

4.- Eskaintzaren publizitateak ondorengo alderdiak jaso beharko ditu:

a) Enpresaren bereizgarriak, helbidea eta baimenaren zenbakia.

b) Produktu edo zerbitzua, merkatuan zalantzarik gabe hautemateko beharrezkoak diren datuak.

b) Número de autorización para la práctica de este tipo de venta.

c) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.

d) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

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

Artículo 21.- Requisitos

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

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

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

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

Artículo 22.- Venta a distancia

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

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

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

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

a) Identificación, domicilio y número de autorización de la empresa.

b) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.

c) Ordaintzeko kopuru, modu eta baldintzak, bidaltzeko gastuak eta epea.

5.- Kontsumitzaile edo erabiltzaileek aldez aurretik eskatu dituzten produktu edo zerbitzuak bakarrik bidali ahal izango dira.

Aurreko lerroaldian azaldutakoa ez da produktuen sustapenerako lagin edo opariak bidaltzerakoan ezarriko, guztiz doakoak direla argi eta garbi azaltzen bada, bai eta kontsumitzaileak inolako erantzukizunik ez duela ere.

23. atala.- Aldizko salmenta

1.- Aldizko salmenta izenez ezagutzen da iharduera horretarako ohizkoak ez diren merkataritza-etxeetan hilabete baino denbora laburragoz gauzatu eta kaleko salmenta ez dena.

2.- Salmenta-mota hori merkataritza-gaietarako aginpidea duen sailak baimendu beharko du.

3.- Eskabidean honako alderdi hauek zehaztu beharko dira:

a) Saltzailearen bereizgarriak.

b) Produktuen ezaugarrien azalpena.

c) Administrazioko eta zergabidezko baldintzak betetzea.

d) Aretoa erabiltzeko agiria.

Halaber, eskabidearen baldintzak egiaztatzeko agiriak aurkeztuko dira.

4.- Aldizko salmenta berariazko legepean ez dagoen enkante bidez gauzatzen denean, hau da, enkantetzat produktuak gainontzeko balizko erosleek baino diru-kopuru handiagoa eskaintzen duenari ematea dela ulertzen denean, produktua esleitzeko gutxieneko baldintzen zehaztapena ere eskatuko da.

II. atalburua
Beste salmenta-modu bereziak

24. atala.- Merkealdiko salmenta

1.- Enpresariak prezioak ezartzeko eta egoki deritzen eskaintzak egiteko duen askatasunari kalterik sortu gabe, publizitatean merkealdiko salmenta izena ez da erabiliko, indarrean dagoen legedian ezarritakoaren arabera, salmentetan ohizko prezioa, urtaro-aldaketa, denboraldi-amaiera edo aipatu legedian zehaztutako denboraldi edo sasoietan salgaiak berritu beharra dela eta, jaisten denean baizik. Nolanahi ere, merkealdien publizitatea urteko bi denboraldi edo sasoitara mugatuta

c) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

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

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

Artículo 23.- Venta ocasional

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

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

3.- En la solicitud se determinarán los siguientes extremos:

a) Identificación del vendedor.

b) Descripción de las características de los productos.

c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.

d) Título de uso del local.

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

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

Capítulo II
Otras modalidades especiales de venta

Artículo 24.- Venta con rebaja

1.- Sin perjuicio de la libertad para fijar precios por parte del empresario, así como de la realización de las ofertas que estime oportunas, en la publicidad la denominación de rebaja se utilizará exclusivamente para aquellas ventas que se realicen, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente, con reducción del precio habitual de venta con motivo de los cambios de estación, fin de temporada o renovación de existencias durante los periodos o temporadas que se señalen en dicha

gelditukо da, denboraldi bakoitzean bi hilabetekoa izango delarik gehienera.

Salmenta-modu hau egiteko, merkataritza-gaietan aginpidea duen sailari horretan hasi baino lehen jakinaraziko zaio.

2.- Salmenta horietan, zalantzarik ez sortzeko moduan azalduko da produktu bakoitzaren lehengo prezioa eta orain eskaintzen dena, 9. ataleko 2. idazatian ohartemandako berezitasunez.

3.- Merkealdiko salmenta izenaren erabilera debekatuta dago ondorengo gaiak saltzeko:

a) Hondatuta daudenak.

b) Merkealdiko salmentarako eskuratutakoak.

c) Merkealdiko salmentak hasi baino hilabete lehenago azken kontsumitzailearentzako salgai ez zeudenak.

4.- Salgai dauden produktu guztiak merkealdikoak ez badira, beherapena dutenek egoki bereizita egon beharko dute besteetatik.

25. atala.- Soberakinen salmenta

1.- Soberakinen salmenta produktu hondatuak edo erabiltzen ez direnak saltzea helburutzat duen salmenta da.

2.- Salmenta-mota horretan eta horren publizitatean nahikoa argibide eman beharko da eragin duten egoera eta zergatiak azaltzeko.

3.- Salgai dauden produktu guztiak soberakin-salmentakoak ez badira, salmenta-mota honetan eskainitakoek besteetatik aldendurik egon beharko dute.

26. atala.- Azken-salmentak

1.- Azken-salmentatzat hartuko da ondorengo arrazoiren bat dela eta ohiz kanpo egindako salmenta:

a) Merkataritza-iharduerаren behin-behingo edo behin-betiko etenaldi osoa edo zatizkoa. Etenaldia zatizkoa bada, azken-salmentako salgaiak zein diren adierazi beharko da.

b) Aretoa itxi edo aldatzea.

2.- Azken-salmentak merkataritza-etxearen izakinak izan diren produktu edo salgaietan bakarrik izango du eragina.

3.- Azken-salmentako publizitate guztietan adierazi beharko dira eragin duten arrazoiak, bai eta ha-

legislación. En todo caso, la publicidad de rebajas estará limitada a dos períodos o temporadas por año con una duración máxima de dos meses por temporada.

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

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

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

a) Los deteriorados.

b) Los adquiridos para esta finalidad.

c) Los que no estuvieran a la venta al consumidor final con un mes de antelación a la fecha de inicio de la venta con rebaja.

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

Artículo 25.- Venta de saldos

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

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

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

Artículo 26.- Venta en liquidación

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

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

b) Cierre o transformación del local.

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

3.- En toda publicidad de una venta en liquidación tendrá que indicarse las causas que la motivan,

siera-data eta iraupena ere. Halaber, lehengo prezioa eta salgai horrentzat eskaintzen dena edo azken-salmentari aplika dakiokeen beste edozein pizgarri ere adierazi beharko da.

4.- Azken-salmenta merkataritza-gaietako aginpidea duen sailari jakinarazi beharko zaio hasi baino zazpi egun lehenago, zergatia, hasiera-data, iraupena eta salgaien zerrenda ere azalduz.

27. atala.- **Baldintzak**

Azken-salmentak produktuak salgai egon diren merkataritza-etxe berean egin beharko dira, ezinbesteko arrazoiren batek edo epailearen edo administrazioaren ebazpenen batek galeraztcn ez badu edota salmenta egiteko zergatiek besterik eskatzen ez badute.

Azken-salmenta deitzeko, aurrekoa amaitu zenetik 12 hilabeteko epeak igaro beharko du, ezbehar edo ezinbesteko arrazoiak eragindakoa ez bada.

28. atala.- Sustapeneko salmenta

1.- Sustapeneko salmentak izango dira produktu edo zerbitzu jakin batzuen salmenta ezagutarazi edo bultzatzea helburutzat dutenak erosleei abantailak eskainiz, hala nola, deskontuak, opariak, sariak edo beste edozein pizgarri.

2.- Sustapeneko salmentak nahikoa argibide eman beharko du aldez aurretik edo egin bitartean, alderdiok argi azalduz:

a) Sustapenaren xede diren produktu edo zerbitzuak.

b) Sustapenaren baldintzak.

c) Sustapenaren indarraldia.

3.- Saltzaileak itxaron daitekeen eskaera hornitzeko adina izakin izan beharko du, eta publizitateak ez du eskainitako produktuaren izakinik den alditik gora iraungo.

4.- Sustapeneko salmentaren xede diren produktu edo zerbitzuek ez dute euren balioa murritz dezakeen inolako kalterik izango.

29. atala.- Salmenta automatikoa

1.- Salmenta automatikoa horretarako prestatuta dauden makinen bitartez egindakoa da, eskatzen den diru-kopurua haietan sartu ondoren, saltzaileak bitarteko-lanik egingo ez duelarik.

2.- Mota honetako praktikarako, ondorengo datuak makinan azalduko dira ongi ikus daitekeen lekuan:

así como la fecha de comienzo y duración de la misma. Deberá indicarse igualmente el precio anterior y el que se ofrece para cada artículo u otro tipo de incentivo que se aplique a la liquidación.

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

Artículo 27.- Condiciones

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

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

Artículo 28.- Venta en promoción

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

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

a) Los productos o servicios objeto de promoción.

b) Las condiciones de la promoción.

c) El período de vigencia de la promoción.

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

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

Artículo 29.- Venta automática

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

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

a) Erabilitako makinaren administrazioko homologazioa.

b) Saltzailearen bereizgarriak, bai eta bere helbidea ere, makina hondatu edo erreklamazioren bat sortzen denerako.

c) Erabiltzeko baldintzen eta produktu edo zerbitzuen azalpena.

3.- Salmenta-mota honetan erabilitako makinek sistema bat izan beharko dute, salgairik ez dagoenean edo makina bera gaizki dabilenean dirua itzultzeko.

4.- Edari alkoholdunak eta tabakoa makinen bidez saltzeko, Drogamenpekoen alorreko Aurre-hartze, Laguntza eta Birgizarteratzeari buruzko 15/1988 Legean edo lege hori ordezkatu edo garatzen duen araudian ezarritakoaren arabera jokatuko da.

5.- Elikagaien salmenta automatikoa horiek indarrean dagoen berariazko araudiaren arabera ontziratu eta etiketatuak daudenean bakarrik egin ahal izango da.

6.- Udalek makina horiak merkataritza-etxeen kalpoaldean jartzeko baimena ematerakoan gogoan izango dituzte, bestelako irizpideen artean, hala eskatutako leku publikoen zertzeladak nola alderdi horretako merkataritza-hornikuntza.

III. atalburua
Merkataritza-praktika bereziak

30. atala.- Katea edo piramide gisako salmenta

1.- Piramide edo katea gisako salmentatzat joko da kontsumitzaile edo erabiltzaileei produktuak edo zerbitzuak prezio merkean edo doan eskaintzea, horren ordainetan kontsumitzaile edo erabiltzaileek, zuzenean nahiz zeharka, beste bezero batzuk edo halako salmenta-kopurua lortu behar izango dutelarik.

2.- Debekatu egiten da kontsumitzaile nahiz erabiltzaileek katea edo piramide gisako salmentetan bitartekari izatea.

31. atala.- Sari edo opariak banatzeko zozketak

Merkatari batek edozein kontsumitzaile edo erabiltzaileri halako zozketa dela eta sari edo opariren bat dagokiola esaten dionean, ezin izango dio, ez zuzenean ez eta zeharka ere, horiek emateko inolako zerbitzu edo produkturik erosarazi.

IV. IDAZPURUA
MERKATARITZA LEHIAKETAK

32. atala.- Merkataritza-lehiaketak. Zer diren

1.- Merkataritza-lehiaketa izena hartzen dute helbu-

a) La homologación administrativa de la máquina empleada.

b) La identificación del vendedor y de su domicilio para los supuestos de avería y reclamación.

c) La descripción de las condiciones de funcionamiento y de los productos o servicios.

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

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

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

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

Capítulo III
Prácticas comerciales especiales

Artículo 30.- Venta en cadena o en pirámide

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

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

Artículo 31.- Oferta de premios o regalos mediante sorteo

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

TÍTULO IV
DE LOS CERTÁMENES COMERCIALES

Artículo 32.- Certámenes comerciales. Concepto

1.- Se denominan certámenes comerciales las mani-

ruok dituzten merkataritza-izaerazko agerpenek: ondasun eta/edo zerbitzuen erakusketa, hedapena eta merkataritza-sustapena, merkataritza-eskualdaketa ondoriotzat izan dezaketen eskaintza eta eskaeraren hurbilpena erraztea eta merkatuaren gardentasuna bultzatzea. Merkataritza-lehiaketen aginpidea duen sailak aldez aurretik hala baimendurik, inoiz zuzeneko salmentarik egin ahal izango da lehiaketen barruan.

2.- Aurreko zenbakian azaldutako merkataritza-lehiaketek "azoka" izena hartuko dute aldizka egiten direnean, eta "erakusketa" izena halako tarte jakinik ez dutenean.

3.- Merkataritza-lehiaketen sailkapena araudi bidez zehaztuko da, erakutsi beharreko ondasun eta/edo zerbitzuen jatorriaren eta ezaugarrien arabera.

33. atala.- Merkataritza-lehiaketa ofizialak

1.- Merkataritza-lehiaketak ofizialtzat hartuko dira gai horretan aginpidea duen sailak antolaketa eta ospakizuna bera baimentzen dituenean, araudi bidez zehaztuko diren baldintzak aurretiaz bete badira eta sail horrek urtero egin eta Euskal Herriko Agintaritzaren Aldizkarian argitaratzen den Euskal Herriko Lehiaketen Egutegi Ofizialean azaltzen badira. Merkataritza-lehiaketa ofizial hauek irabazi-asmorik gabekoak izango dira.

2.- "Azoka ofiziala", "erakustazoka ofiziala", "azoka ofizial monografikoa", "areto ofizial monografikoa" edo antzeko izenak, eremuari erreferentziarik egiten ote dioten kontuan izan gabe, atal honetako aurreko zenbakian aipatzen diren merkataritza-agerpenetan bakarrik erabili ahal izango dira.

3.- Merkataritza-lehiaketen antolakuntza eta ospakizuna bera, erakutsi beharreko ondasun eta/edo zerbitzuen jatorria dela eta Euskal Herriaren lurraldea bezainbesteko eremua edo zabalagoa hartzen dutenean, lege honen 35. atalean zehaztutako azoka-erakundeen esku geratuko dira, araudi bidez ezarritakoaren arabera.

4.- Merkataritza-lehiaketa bakoitzak lantalde bat izango du antolatzaileei agerpenaren garapenerako eredu nagusiak adierazteko. Lantaldekideen izendapena merkataritza-lehiaketa bakoitzaren erakunde antolatzailearen aginpide izango da eta horrek merkataritza-lehiaketaren aginpidea duen sailari jakinarazi beharko dio, sailak, aldi berean, lantalderako ordezkari bat edo batzuk izendatu ahal izango dituelarik. Lantaldearen osaketa, aginpideak eta iharduera araudi bidez zehaztuko dira.

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

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

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

Artículo 33.- Certámenes comerciales oficiales

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

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

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

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

34. atala.- Merkataritza Lehiaketen Batzordea

1.- Eusko Jaurlaritzak, gai horren aginpidea duen sailak hala proposatuta, Euskal Herriko Merkataritza Lehiaketen Batzordea osatuko du, sailari atxikia, erakundeen eta gizarte- eta ekonomia-eragileen topagune izan dadin. Batzorde horren aginpidea proposamenak egin eta azokei buruzko politika-gaietan aholkuak ematea da.

2.- Batzordearen zeregin, osaketa eta ihardunbidea araudi bidez zehaztuko dira. Bertan parte hartuko dute lurralde historikoetako foru-aldundiek, Euskal Udalerrien Elkarteko ordezkaritza batek, Euskal Herriko merkataritza-ganbara ofizialek, enpresarien erakundeek eta Euskal Herrian egingo diren merkataritza-agerpenekin zerikusirik handiena duten ekonomia-alorrek.

Artículo 34.- Comisión de certámenes comerciales

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

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

35. atala.- Merkataritza-lehiaketen antolatzaileak

1.- Idazpuru honek aipatzen dituen merkataritza-lehiaketak ondorengoek antolatu ahal izango dituzte:

a) Azoka-erakundeek.

b) Beste erakunde antolatzaile publiko edo pribatuek.

2.- Azoka-erakundeak, berariazko nortasun juridikoa duten irabazi-asmorik gabeko erakundeak dira, eta haien helburua merkataritza-lehiaketak sustatu eta antolatzea izango da.

Azoka-erakundeak beren estatutuek arautuko dituzte, eta antolaketa, administrazio, eraketa eta desegiteari buruzko guztia ere arautuko dute, bai eta haien gobernurako organoen eskumenak ere; organo horietan ordezkatuta egongo dira Eusko Jaurlaritza, bakoitzean dagokion foru-aldundia eta erakundea dagoen tokiko udala eta merkataritza-ganbara ofiziala, beste herri-erakunde edo erakunde pribatu batzuen partehartzeari kalterik sortu gabe. Azoka-erakundeen estatutuak merkataritza-lehiaketen gaietan aginpidea duen Eusko Jaurlaritzako sailak onartu beharko ditu.

3.- Eraketa egokirako eta azoka-erakunde gisa ihardueko baldintza eta betekizunak araudi bidez zehaztuko dira.

Artículo 35.- Organizadores de certámenes comerciales

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

a) Instituciones feriales.

b) Otras entidades organizadoras, públicas o privadas.

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

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

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

36. atala.- Merkataritza Lehiaketen Erregistro Ofiziala

1.- Eusko Jaurlaritzak Euskal Herriko Autonomi Elkarteko Merkataritza Lehiaketen Erregistro Ofiziala sortuko du, gai horretako aginpidea duen sailaren menpean egongo dena.

2.- Merkataritza Lehiaketen Erregistro Ofizialak bi

Artículo 36.- Registro Oficial de Certámenes Comerciales

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

2.- El Registro Oficial de Certámenes Comerciales

atal izango ditu. Lehen atalean azoka-erakundeek eta merkataritza-lehiaketa ofizialen antolaketa helburutzat duten gainontzeko erakunde antolatzaileek eman beharko dute izena, araudi bidez ezarriko diren baldintzak bete ondoren.

Bigarren atalean, baimendutako eta gai horretan aginpidea duen sailak ofizialtzat hartutako merkataritza-lehiaketek emango dute izena, araudi bidez zehaztuko diren baldintza eta epeak bete ondoren. Izena ematearen ondorioz, lehiaketa Euskal Herriko Merkataritza Lehiaketen Egutegi Ofizialean sartu ahal izango da. Atal honetan emango dute izena, halaber, eta egutegi ofizialean sartuko, dagokion agintaritzak nazioartekotzat hartzen dituen merkataritza-lehiaketak.

37. atala.- **Dirulaguntzak eta bestelakoak**

Merkataritza-lehiaketak egiteko dirulaguntzak edo bestelako laguntza publikoak lortu ahal izateko, aurreko atalean adierazitako erregistroaren bigarren atalean izena emanda egotea eskatuko da.

V. IDAZPURUA ARAU HAUSTEAK ETA ZIGORRAK

38. atala.- **Arau-hausteak**

1.- Bestela erator daitezkeen erantzukizunei kalterik sortu gabe, merkataritza-iharduerarem antolaketako arau-haustetzat hartuko da:

a) 5. ataleko 2. idazatian debekatutako iharduerak gauzatzea.

b) Merkataritza-iharduerarako ezarritako baldintzak ez betetzea.

c) Eskaintzen diren produktu edo zerbitzuek izan beharreko baldintzak ez betetzea, haiei buruzko argibiderik ez ematea eta agiriei buruzko betebeharrak ez betetzea, 8. atalaren arabera.

d) 9. atalean prezioei eta salmentarako baldintzei buruz datozen erabakiak ez betetzea.

e) Engainu bidezko publizitatea eta, indarrean dagoen legedian agindutakoaren arabera, produktu, iharduera, ondasun edo zerbitzu jakin batzuen publizitatea arautuko duen araubidean ezarritakoa ez betetzea.

f) 11. atalean agindutakoez kanpoko merkataritza-iharduerak gauzatzea.

constará de dos secciones. En la secc`ón primera se inscribirán, preceptivamente, las instituciones feriales y las demás entidades organizadoras cuyo objeto consista en la organización de certámenes comerciales oficiales, previo cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

En la sección segunda se inscribirán los certámenes comerciales autorizados y calificados como oficiales por el Departamento competente en la materia, previo el cumplimiento de los requisitos y plazos que reglamentariamente se determinen. La inscripción determinará la inclusión del certamen de referencia en el Calendario Oficial de Certámenes Come. iales del País Vasco. Así mismo, se inscribirán en esta sección y se incluirán en el citado Calendario Oficial los certámenes comerciales calificados como internacionales por la autoridad competente.

Artículo 37.- Subvenciones y ayudas

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

TÍTULO V DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 38.- Infracciones

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

a) La realización de las prácticas prohibidas en el apartado 2 del artículo 5.

b) El incumplimiento de las condiciones establecidas para el ejercicio de la actividad comercial.

c) El incumplimiento de las condiciones que deben reunir los productos o servicios ofertados, la falta de información sobre los mismos y el incumplimiento de las obligaciones sobre documentación, en los términos del artículo 8.

d) El incumplimiento de las disposiciones sobre precios y otras condiciones de venta contenidas en el artículo 9.

e) La publicidad engañosa y la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, actividades, bienes o servicios, en los términos establecidos en la legislación vigente.

f) La realización de actividades comerciales al margen de lo establecido en el artículo 11.

g) Merkataritza-etxeak irekitzeari buruzko arauak ez betetzea.

h) Merkataritza-ordutegien informazioari buruzko arauak ez betetzea.

i) Baimenik gabeko kaleko salmenta edo baimenean produktu, leku, egun eta orduei eta baimendutako eskubidedunei eta horiek beti identifikatu beharrari buruz ezarritako baldintzak ez betetzea.

j) Baimenik gabeko edo 20 eta 21. ataletan ezarritakoa betetzen ez dituen etxez etxeko salmenta gauzatzea.

k) Baimenik gabeko edo 22. atalean ezarritakoa betetzen ez duen urrutiko salmenta gauzatzea.

l) Baimenik gabeko edo 23. atalean ezarritakoa betetzen ez duen aldizko salmenta gauzatzea.

m) Aldez aurretik jakinarazi gabeko edo 24. atalean ezarritakoa betetzen ez duen merkealdiko salmenta gauzatzea.

n) 25. atalean ezarritakoa betetzen ez duen soberakinen salmenta gauzatzea.

ñ) 26. eta 27. ataletan ezarritakoa betetzen ez duen edo aldez aurretik jakinarazi ez den azken-salmenta gauzatzea.

o) 28. atalean ezarritakoa betetzen ez duen sustapeneko salmenta gauzatzea.

p) 29. atalean ezarritakoa betetzen ez duen salmenta automatikoa gauzatzea.

q) Piramide edo katea gisako salmentan kontsumitzaile eta erabiltzaileez baliatzea.

r) 31. atalean ezarritakoa hausten duten zozketa bidezko merkataritza-iharduerak.

s) 32. atalean aipatzen den merkataritza-lehiaketen izendapena egoki ez erabiltzea.

t) Merkataritza-lehiaketa ofizialak baimenik gabe edo irabazi-asmoz antolatu eta egitea, "ofizial" hitza izendapen hori lortu gabe erabiltzea eta baimenik gabe produktuak zuzenean saltzea.

u) Merkataritza-lehiaketa ofizialetan lantalderik ez egotea edo garapenerako araubidetik eratorritako betebeharrak ez betetzea.

v) Azoka-erakunde horien iharduerak arau-

g) El incumplimiento de las normas relativas a la apertura de establecimientos comerciales.

h) El incumplimiento de las normas relativas a la información de horarios comerciales.

i) La venta ambulante sin autorización o con incumplimiento de las condiciones establecidas en la misma sobre productos, lugares, días y horas, así como titulares autorizados y su identificación permanente.

j) La venta a domicilio sin la correspondiente autorización o con incumplimiento de lo previsto en los artículos 20 y 21.

k) La venta a distancia sin autorización o con incumplimiento de lo previsto en el artículo 22.

l) La venta ocasional sin autorización o con incumplimiento de lo previsto en el artículo 23.

m) La venta con rebaja sin previa comunicación o con incumplimiento de lo previsto en el artículo 24.

n) La venta de saldos con incumplimiento de lo previsto en el artículo 25.

ñ) La venta en liquidación sin previa comunicación o con incumplimiento de lo previsto en los artículos 26 y 27.

o) La venta en promoción con incumplimiento de lo previsto en el artículo 28.

p) La venta automática con incumplimiento de lo previsto en el artículo 29.

q) La utilización del consumidor o usuario en la venta piramidal o en cadena.

r) Las prácticas comerciales sustentadas en sorteos contraviniendo lo establecido en el artículo 31.

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

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

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

v) El ejercicio de la actividad de las institu-

tzen dituen araubideari egokitu gabe aritzea.

w) Uko edo aurka egitea agintariek eta haien kudeatzaileek lege honen eta hau garatzen duten arauen jagote-lanak gauzatzeko eskatzen dituzten datuak emateari edo eskatzen duten informazioa eskuratzen laguntzeari, bai eta informazio desegokia, osoa ez dena edo faltsua ematea ere.

2.- Arau-hausteak arinak, larriak edo oso larriak izango dira.

39. atala.- Arau-hauste arinak

Arau-hauste arina lege honetako eta horren garapenerako araubideko erabakiak ez jarraitzea da, diruondorio zuzenik ez duenean eta kontsumitzaileei kalterik sortzen ez dienean, larri edo oso larritzat hartzen ez bada.

40. atala.- Arau-hauste larriak

Larritzat hartuko diren arau-hausteak ondorengoak izango dira:

a) Arau-hauste arinak behin eta berriz egitea.

b) Diru-ondorio zuzenak dituztenak edo kontsumitzaileei kaltea sortzen dietenak.

c) Osasunaren inguruko arau-hauste larriekin batera gertatzen direnak.

d) Derrigorrezko baimena gabe merkataritza-iharduerak gauzatzea.

e) 24. atalean adierazitako aurrerapenez eta zegokien prezioarekin salgai ez zeuden produktuak merkealdian saltzea.

f) 38. ataleko s), t), u) eta v) puntuetan ohartemandakoak.

g) 38. ataleko w) puntuan aipatutakoak, ukatzea edo trabak jartzea behin eta berriz gertatzen denean edo agintaritzekin edo haien kudeatzaileekin bortxa, mehatxu edo beste edozein presiobide erabiltzen denean.

h) Arauak hausten dituzten iharduerak eteteko eskakizuna ez betetzea.

41. atala.- Arau-hauste oso larriak

Oso larritzat hartuko diren arau-hausteak ondorengoak dira:

a) Arau-hauste larriak behin eta berriz egitea.

ciones feriales sin ajustarse a su normativa reguladora.

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

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

Artículo 39.- Infracciones leves

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

Artículo 40.- Infracciones graves

Se califican como graves las infracciones siguientes:

a) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

b) Las que tengan trascendencia directa de carácter económico o causen perjuicio a los consumidores.

c) Las que concurran con infracciones sanitarias graves.

d) La realización de actividades comerciales sin autorización preceptiva.

e) La venta en rebaja de artículos que no hubieran sido puestos a la venta a su precio habitual con la antelación indicada en el artículo 24.

f) Las previstas en los apartados s), t), u) y v) del artículo 38.

g) Las contenidas en el apartado w) del artículo 38 cuando la negativa o resistencia sea reiterada o venga acompañada de coacciones, amenazas o cualquier otra forma de presión hacia las autoridades o sus agentes.

h) El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de actividades infractoras.

Artículo 41.- Infracciones muy graves

Se calificarán como infracciones muy graves:

a) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

b) Osasunaren inguruko arau-hausteekin batera gertatzen direnak edo gizakien segurtasuna arrisku larrian jartzen dutenak.

c) Gehiegizko irabazpidea ematen duten edo ekonomia-antolaketa larriki aldatzen duten arau-hauste larriak.

d) Kontsumitzaileei kalte larriak sortzen dizkietenak.

42. atala.- Berriz egitea

Arau-hausteak berriz egin direla esango da izaera bereko arau-hauste bat egin zenetik urte bat igaro baino lehen gertatzen denean, erabaki finko batez hala onartzen bada.

43. atala.- Zigorrak

1.- Arau-hauste arinen zigorrak 250.000,-pezetarainokoak izango dira.

2.- Arau-hauste larrien zigorrak 1.500.000,-pezetarainokoak izango dira. Gehieneko hori udalek eskatu ahal izango dute kaleko salmentari dagokionean.

3.- Arau-hauste oso larrien zigorrak 100.000.000,-pezetarainokoak izango dira. Haiek jartzeko organo aginpidedunak ondorengoak izango dira: merkataritza-gaiez arduratuko den sailburua, 10.000.000,-pezetarainokoei dagokienez, eta Jaurlaritza Batzarra 10.000.001,-etik 100.000.000,- pezetarainokoei dagokienez.

4.- Jaurlaritza Batzarrak, osasunerako arrisku handia edo diru-galera larria edo gizartean eragin handia ekar lezaketen arau-hauste oso larriak gertatuz gero, araua hautsi duen enpresa edo merkataritza-etxea behin-behingoz ixtea erabaki dezake, bost urtez gehienez. Halakoetan, Gizarte-alorreko Arau-hauste eta Zigorrei buruzko apirilaren 7ko 8/1988 Legearen 39. atalean ezarritakoa aplikatuko da.

5.- Atal honetan zigorretarako adierazitako kopuruak Jaurlaritza Batzarraren dekretuz aztertu eta eguneratu ahal izango dira, hiru urtez behin eta jendearentzako salneurrien erakuskariaren eboluzioaren arabera.

44. atala.- Beste administrazio-iharduera batzuk

1.- Har daitekeen erabakiaren eraginkortasuna ziurtatzeko asmoz, espedienteari hasiera emateko agintzen duen agintaritzak erabaki dezake faltsututako salgaiak, iruzurrezkoak eta bereizgarririk gabeak edo merkataritzarako ezarri diren gutxieneko baldintzak betetzen ez dituztenak bada-ez-pada bahitzea. Behin-behineko neurri hori arrazoitutako akordioz hartuko da, doakionari entzunaldia eman ondoren.

2.- Aurreko idazatian ezarritako baldintza berak iza-

b) Las que concurran con infracciones sanitarias muy graves o supongan grave riesgo para la seguridad de las personas.

c) Aquellas infracciones graves que procuren un beneficio económico desproporcionado o alteren gravemente el orden económico.

d) Las que originen graves perjuicios a los consumidores.

Artículo 42.- Reincidencia

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

Artículo 43.- Sanciones

1.- Las infracciones leves serán sancionadas con multas de hasta 250.000,- pesetas.

2.- Las infracciones graves serán sancionadas con multas de hasta 1.500.000,- pesetas. Este límite podrá alcanzarse por los ayuntamientos en materia de venta ambulante.

3.- Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas de hasta 100.000.000,- de pesetas. Los órganos competentes para imponerlas serán el Consejero del Departamento que tenga atribuida la materia de comercio, hasta 10.000.000,- de pesetas, y el Consejo de Gobierno, desde 10.000.001,- hasta 100.000.000,- de pesetas.

4.- El Consejo de Gobierno podrá acordar, en el supuesto de infracciones muy graves que supongan un alto riesgo para la salud o grave perjuicio económico o tengan importante repercusión social, el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor por un plazo máximo de cinco años. En tal caso será de aplicación lo establecido en el artículo 39 de la Ley 8/1988, de 7 de abril de 1988, sobre Infracciones y Sanciones de orden social.

5.- Las cuantías señaladas en este artículo para las sanciones podrán ser revisadas y en todo caso trienalmente actualizadas por decreto del Consejo de Gobierno, en función de la evolución del índice de precios al consumo.

Artículo 44.- Otras actuaciones administrativas

1.- Con la finalidad de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, la autoridad que ordene la incoación del expediente podrá acordar la intervención cautelar de las mercancías falsificadas, fraudulentas, no identificadas o que incumplan los requisitos mínimos establecidos para su comercialización. Esta medida de carácter provisional se adoptará mediante acuerdo motivado, previa audiencia del interesado.

2.- Con idénticos requisitos que los establecidos en

nez, derrigorrezko baimenak ez dituzten merkataritza-etxe eta ezarkinak itxi ahal izango dira, edo merkataritza-iharduera eten, akatsak zuzendu edo eskatutako baldintzak bete arte.

3.- Espedientea erabakitzea dagokion agintaritzak, zigor osagarri gisa, agin dezake faltsututako salgaiak, iruzurrezkoak eta bereizgarririk gabeak edo merkataritzarako ezarri diren gutxieneko baldintzak betetzen ez dituztenak konfiskatzeko. Konfiskatzea, zigorraren eragin osagarri gisa, zigorraren arau beretara egokituko da.

4.- Era berean, zigor-organoak agin dezake osasunerako arrisku larria, diru-galera handia edo gizartean eragin garrantzitsua duten arau-hauste oso larriak gertatzen direnean, behin-betiko zigorren publizitatea, araua hautsi duena zordunduaz.

45. atala.- Zigorren mailaketa

Ezar daitezkeen zigorren mailaketarako kontuan izango da beti ere arau-haustearen gizarte-eragina, egilearen espekulaziozko jokabidea, arau-haustea ekarri duen eragiketaren kostua guztira, harekin lortutako irabazia, saldutako zerbitzu edo produktuen izaera, araua hautsi duenak merkataritzan duen lekua, sortutako kalteak eta araua hautsi duenaren asmoa edo behin eta berriz egitea.

46. atala.- Ikuskapena

Eusko Jaurlaritzak eta udalek, jagote-zereginak gauzatzerakoan, merkataritzako produktu, iharduera, ezarkin eta etxeak ikuskatu ahal izango dituzte, bai eta horiei buruzko behar adina informazio enpresei eskatu ere.

47. atala.- Zigortzeko ihardunbidea

Lege honetan azaldutako arau-hausteei zigorrak ezartzeko eta erabakien aurka jar daitezkeen errekurtsoetarako ihardunbidea, indarrean dauden administrazio-ihardunbideari buruzko arauek ezarritakoa izango da.

48. atala.- Indargaltzea

1.- Idazpuru honetan ikusitako arau-hauste eta zigorrek sei hilabetetara galduko dute indarra arinak badira, urtebetera larriak badira eta bi urtetara oso larriak badira.

2.- Arau-hausteen indargaltze-epea horiek gertatu diren egunetik hasiko da kontatzen.

Doakiona jakinaren gainean egonik, zigortzeko ihardunbidea hasteak indargaltzea etengo du, eta zigor-espedientea hilabete baino denbora luzeagoz geldirik egongo balitz, ustez arduraduna de-

el apartado anterior se podrá acordar la clausura o cierre de establecimientos e instalaciones que no cuenten con las autorizaciones preceptivas, o la suspensión de la actividad comercial hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos.

3.- La autoridad a quien corresponda la resolución del expediente podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de las mercancías falsificadas, fraudulentas, no identificadas o que incumplan los requisitos mínimos establecidos para su comercialización. El decomiso como efecto accesorio de la sanción se ajustará a las mismas reglas que ésta.

4.- Asimismo, con carácter accesorio el órgano sancionador podrá acordar, en los supuestos de infracción muy grave, que conlleven un alto riesgo para la salud o grave perjuicio económico o tengan importante repercusión social, la publicidad de las sanciones firmes, con cargo al infractor.

Artículo 45.- Graduación de las sanciones

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

Artículo 46.- Inspección

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

Artículo 47.- Procedimiento sancionador

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

Artículo 48.- Prescripción

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

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

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera para-

nak zerikusirik izan gabe, indargaltze-epeak berriz aurrera egingo luke.

3.- Zigorren indargaltze-epea zigorra jartzeko erabakia indarrean jarri eta biharamunetik aurrera hasiko da.

Doakiona jakinaren gainean egonik, egiteratzeko ihardunbidea hasteak indargaltzea etengo du, eta epeak berriz ere aurrera egingo du, arau-hausleak zerikusirik izan gabe ihardunbide hori hilabete baino denbora luzeagoz geldirik badago.

VI. IDAZPURUA MERKATARITZA IHARDUERARI BURUZKO ADMINISTRAZIO-EKINTZA

49. atala.- Antolamendu-hatsapenak

Administrazioko ekintza lehia aske eta leialaren eta kontsumitzaile eta erabiltzaileen bidezko interesen defentsarako hatsapenen arabera bideratuko da, merkataritza-iharduera arrazoizkotu eta berritzea eta merkatuaren gardentasuna lortzeko behar adina neurri erabakiko direlarik.

50. atala.- Merkataritza-egituren erreforma

Eusko Jaurlaritzak, merkataritza-gaien aginpidea duen sailaren bitartez, Autonomi Elkartearen lurraldean merkataritza-egituren erreforma helburutzat duten iharduera guztiak garatuko ditu, eta, bereziki, ondorengoa lortzera zuzendutakoak:

a) Merkaturatzeko teknikak eta bideak berritzea.

b) Banaketarako bideen kostua arrazoizkotu eta murriztea.

c) Merkataritza-enpresen artean talde edo unitate bateratuak sortzea.

d) Merkataritza-ihardueretan ari edo arituko direnentzako lanbide-irakaskuntzak antolatzea, hezkuntza- eta lan-gaietan aginpidea duten sailekin batera.

e) Merkaturatzeko egitura eta prozesuak hobeto ezagutzeko azterketa eta ikerketak egitea.

f) Merkataritzaren azpiegiturak dituen akatsak zuzentzea.

g) Merkataritza-enpresei laguntza teknikoa ematea.

Eusko Jaurlaritzak beste herri-erakunde nahiz erakunde pribatuei laguntza eskatu ahal izango die halako ihardueretarako, eta itunak izenpetu edo lortu nahi diren helburuetarako biderik egokienak jarri laguntza hori eskuratzeko.

lizado más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

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

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

TÍTULO VI DE LA ACCIÓN ADMINISTRATIVA SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Artículo 49.- Principios ordenadores

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

Artículo 50.- Reforma de las estructuras comerciales

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

a) La modernización de las técnicas y medios de comercialización.

b) La racionalización y reducción de costes del proceso de distribución.

c) La formación de agrupaciones o unidades integradas entre empresas de comercio.

d) La organización de enseñanzas profesionales a quienes se dedican o vayan a dedicarse a la actividad comercial, en coordinación con los Departamentos competentes en materia de educación y trabajo.

e) La realización de estudios e investigaciones conducentes al mejor conocimiento de las estructuras y procesos de comercialización.

f) Subsanar las deficiencias de infraestructura comercial.

g) La asistencia técnica para la empresa comercial.

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

VII. IDAZPURUA
MERKATARITZA BATZORDE AHOLKULARIA

51. atala.- Merkataritza Batzorde Aholkularia

1.- Merkataritza Batzorde Aholkularia merkataritzako gaietan aginpidea duen sailaren organo aholku-emailea izango da, lege hau araudi bidez garatzeko eta merkataritza-banaketaren alorreko sustapen-politikarako ere. Haren zereginak, osaketa eta iharduera-arauak araudi bidez garatu beharko dira.

2.- Batzorde horretan ordezkaritza izango dute:

a) Eusko Jaurlaritzak.

b) Foru-aldundiek eta udalek.

c) Merkataritza-enpresek euren erakundeen eta merkataritza-ganbaren bitartez.

d) Langileek, sindikatu indartsuenen bidez.

e) Kontsumitzaile eta erabiltzaileek, euren erakundeen bitartez.

f) Merkataritza-gaietan aginpidea duen sailak batzordearen onerako beharrezkotzat hartu eta izendatutako teknikari eta adituek.

ALDI BATERAKO ERABAKIAK

LEHENA.-

Arautu gabeko kaleko salmenta gauzatzen den udalerrietako udalek, lege hau indarrean jartzen denetik hasita, gehienez sei hilabeteko epean arautu beharko dute.

BIGARRENA.-

12. atalean ezarritakoari kalterik sortu gabe, eta 13. atalean aipatzen diren antolaketarako tresnak indarrean ez dauden bitartean, salmentarako 2.000 metro koadro baino azalera handiagoa duten merkataritza-etxeak jartzeko edo merkataritza-etxe horiek aipatu den azalera lortuz edo gaindituz aldatu edo handitzeko, merkataritzako gaietan aginpidea duen Eusko Jaurlaritzako sailaren baimena beharko da, Euskal Herriko Lurralde Antolaketako Batzordeak txostena bidali ondoren.

Baimenak kontuan hartu beharko ditu merkataritza-etxe horiek gizarteari sortutako kostuak eta inguruginoari eragindako ondorioak, bai eta eskaera zenbateraino betetzen duen, eskaintzaren baldintzak erosketa-ohiturei egokitzen zaizkien eta ikututako udalen egitamuketan lur-zoruaren erabileraz ohartemanda daudenetan izandako eraginak ere. Administrazioko erabakiak baimenaren baldintzak zehaztu ahal izango

TÍTULO VII
DE LA COMISIÓN CONSULTIVA DE COMERCIO

Artículo 51.- La Comisión Consultiva de Comercio

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

2.- En dicha Comisión estarán representados:

a) El Gobierno Vasco.

b) Las Diputaciones y Ayuntamientos.

c) Las empresas comerciales a través de sus organizaciones y de las Cámaras de Comercio.

d) Los trabajadores, a través de los sindicatos más representativos.

e) Los consumidores y usuarios, a través de sus organizaciones.

f) Los técnicos y expertos que el Departamento competente en materia de comercio juzgue necesario nombrar para el mejor funcionamiento de la Comisión.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.-

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

SEGUNDA.-

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

La autorización deberá tener en cuenta los costes sociales y efectos sobre el medio natural de dichos establecimientos, así como su repercusión respecto del nivel de cobertura de la demanda y condiciones de oferta en relación con su adecuación a los hábitos de compra, y su efecto sobre las previsiones de usos de suelo contenidas en el planeamiento de los municipios afectados. La resolución administrativa podrá determi-

ditu alderdi hauetatik erator daitezkeen kalteak zuzentzeko neurriak kontuan hartuz.

INDARGABETZEKO ERABAKIA

Maiatzaren 19ko 9/1983 Legea eta otsailaren 19ko 3/1986 Legeak eragindako aldaketa indarrik gabe geratzen dira. Merkataritza-antolaketari buruzko gainontzeko arauak indarrean egongo dira lege honen aurkakoak ez badira eta legearen garapenerako erabakiek indargabetzen ez dituzten arte.

AZKEN ERABAKIA

Eusko Jaurlaritzari lege honetan ohartematen den guztia garatu eta egiteratzeko beharrezkoak diren erabakiak hartzeko baimena ematen zaio.

Beraz, Lege honi men egiteko eta men egi⁻⁻razteko agintzen diet, norbanako zein agintari direla, Euskadiko herritar guztiei.

Ajuria-Eneako Jauregia, 1994ko ekainak 7.

Lehendakaria,
JOSE ANTONIO ARDANZA GARRO.

nar las condiciones de autorización considerando las medidas tendentes a paliar las consecuencias negativas que de estos aspectos se puedan derivar.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

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

DISPOSICIÓN FINAL

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

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

Palacio de Ajuria-Enea, a 7 de junio de 1994.

El Lehendakari,
JOSE ANTONIO ARDANZA GARRO