

DEPARTAMENT COMERÇ, CONSUM I TURISME

DO. Generalitat de Catalunya 21 mayo 1993, núm. 1748, [pág. 3657];

COMERCIO INTERIOR. Aprueba el Texto Refundido sobre comercio interior, de los preceptos de la Ley 1/1983, de 18-2-1983 (LCAT 1983\299), y de la Ley 23/1991, de 29-11-1991 (LCAT 1992\21)

DECRET legislatiu 1/1993, de 9 de març, sobre comerç interior, pel qual s'aprova la refosa en un text únic dels preceptes de la Llei 1/1983, de 18 de febrer, i la Llei 23/1991, de 29 de novembre

Texto:

Artículo único.

Se aprueba el texto refundido, que se inserta a continuación, de los preceptos de la Ley 1/1983, de 18 de febrero (LCAT 1983\299), y de la Ley 23/1991, de 29 de noviembre (LCAT 1992\21).

Texto Refundido sobre comercio interior, de los preceptos de la Ley 1/1983, de 18 de febrero, y la Ley 23/1992, de 29 de noviembre

CAPÍTULO I

Objeto

Artículo 1.

El objeto de esta Ley es la regulación administrativa, en el ámbito de Catalunya, de aspectos básicos del comercio interior y también de determinadas modalidades de venta y de prácticas comerciales, con la finalidad de ordenar la actividad de este sector.

CAPÍTULO II

Actividad comercial. Concepto y clases

Artículo 2.

1. A los efectos de esta Ley, la actividad comercial consiste en poner a disposición del mercado interior bienes, productos o mercancías y determinados servicios mediante personas físicas o jurídicas inscritas en el Registro de comerciantes de Catalunya que regula el artículo 4 de esta Ley, incluso en aquellos supuestos en los que las mercancías sean sometidas a procesos de transformación, tratamiento o acondicionamiento que son usuales en el comercio. Esta actividad se puede desarrollar al por mayor y al por menor.

2. Asimismo, a los efectos de esta Ley, se entiende:

a) Por actividad comercial al por mayor la adquisición de mercancías y su venta al por mayor a otros comerciantes, industriales, empresas, entidades e instituciones.

b) Por actividad comercial al por menor la adquisición de mercancías y su venta al consumidor final, y también la prestación al público de determinados servicios.

También se entiende por actividad comercial al por menor la oferta a los usuarios de servicios financieros, de obsequios como pago de intereses y de financiación para la adquisición de un bien o producto concreto puesto a disposición del consumidor por la propia entidad financiera.

c) Por determinados servicios las prestaciones de servicios al público que constituyen un acto de comercio.

3. Tienen carácter de actividad al por mayor o al por menor, si procede, las transacciones de productos propios de las actividades extractivas, agropecuarias, fabriles o artesanales.

4. Si se hacen simultáneamente la actividad al por mayor y al por menor en el mismo local, se tendrán que llevar a cabo en secciones diferenciadas, debidamente rotuladas para el conocimiento del cliente y de conformidad con los requisitos de toda clase exigibles a cada una de estas formas de distribución.

Artículo 3. Régimen administrativo de la actividad comercial.

1. Aquellos que pretendan ejercer la actividad comercial definida en esta Ley tienen que cumplir los requisitos siguientes:

a) Estar dados de alta en el epígrafe o en los epígrafes correspondientes al impuesto de actividades económicas y al corriente del pago.

b) Estar dados de alta en el régimen de la Seguridad Social que les corresponda.

c) Cumplir los requisitos establecidos por las reglamentaciones específicas a aplicar a los productos y servicios que se dispongan para la venta.

d) Disponer de las autorizaciones municipales correspondientes, que han de estar en el lugar donde se lleve a cabo la actividad comercial.

e) Satisfacer los tributos que las ordenanzas municipales establezcan para el ejercicio de la actividad comercial de que se trate.

2. Sin perjuicio de todo lo que se ha citado, se tendrán que observar los requisitos sectoriales o de otra naturaleza que sean aplicables a la actividad comercial correspondiente en virtud de esta Ley y de otras disposiciones legales o reglamentarias.

3. Los ayuntamientos son competentes para fomentar el comercio y las estructuras comerciales que crean convenientes dentro de sus términos municipales, de acuerdo con las leyes aplicables.

4. El Gobierno puede condicionar el ejercicio de determinadas modalidades de actividades comerciales a la prestación de garantías o fianzas, justificadas por causa de interés general.

Artículo 4. Registro de comerciantes.

1. Con la finalidad de disponer de los datos necesarios para el conocimiento y la evaluación de las estructuras comerciales en el ámbito de Catalunya y con el fin de garantizar los derechos de los consumidores y de los usuarios, se crea el Registro de comerciantes, donde tienen que inscribirse, en las secciones correspondientes, todas las personas físicas y jurídicas que quieran ejercer o ejerzan en el momento de la publicación de esta Ley la actividad comercial. El Registro es público.

2. Los requisitos para la inscripción en dicho Registro se tienen que establecer por reglamento.

3. El Gobierno de la Generalitat tiene que promover la igualdad de oportunidades y favorecer la formación técnica y profesional de los que ejerzan la actividad comercial y puede establecer mediante un reglamento los requisitos de homologación y calificación técnica o de experiencia necesarios para el ejercicio de esta actividad.

Artículo 5. Horario comercial.

1. Los establecimientos comerciales de venta al público de mercancías pueden establecer el horario de su actividad, sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores, teniendo en cuenta las normas siguientes:

- a) El tiempo semanal de apertura es de sesenta horas, como máximo.
- b) Los domingos y los días festivos se consideran inhábiles a todos los efectos.
- c) En el caso de festividad intersemanal, se entiende cumplida la norma a) de este apartado al computarse, a estos efectos, las horas de apertura que corresponderían a esta festividad como si fuese un día laborable.

2. No obstante lo que determina el apartado 1, se pueden establecer mediante un reglamento, de acuerdo con los intereses generales y las necesidades de los consumidores, regímenes específicos para determinadas zonas, actividades, tipos de establecimientos o épocas del año.

Artículo 6. Información sobre los horarios comerciales.

En todos los establecimientos comerciales sometidos a esta Ley tiene que exhibirse el horario adoptado, de tal manera que la información sea visible para el público, incluso cuando el establecimiento esté cerrado.

Artículo 7. Requisitos administrativos de los precios.

- 1. Toda persona física o jurídica que en el ejercicio de su actividad ofrezca servicios a los consumidores está obligada a indicar la tarifa o precio de estos servicios.
- 2. El precio de venta al público tiene que constar precedido de las siglas PVP. El precio de venta que se indique tiene que expresarse de forma inequívoca, fácilmente identificable y claramente legible.
- 3. El precio de venta al público tiene que indicar la cantidad total que el consumidor debe satisfacer, con impuestos incluidos y gastos de envío, si los hay, referido a la unidad del producto a la venta y también el precio por unidad de medida. Cuando se trate de productos a granel debe constar el precio por unidad de medida.
- 4. En cualquier caso debe indicarse con claridad y de forma diferenciada el importe de toda clase de descuentos, así como el de los incrementos en el precio derivados de los regímenes de financiación y los costes adicionales por razón de servicios, accesorios o de otros conceptos similares.

Artículo 8. Información sobre los precios.

- 1. Todos los establecimientos comerciales están obligados a exhibir el precio de las mercancías que se encuentren expuestas al público.
- 2. No obstante, mediante un reglamento se puede dispensar de esta obligación si se trata de la exhibición de mercancías que, por su precio elevado, pueden ser causa objetiva de inseguridad para el establecimiento de que se trate. La dispensa de esta obligación podrá ser solicitada en casos específicos por las entidades representativas de un sector.

CAPÍTULO III

Modalidades de venta y prácticas comerciales

Artículo 9. La venta no sedentaria en puestos fijos.

Se considera venta no sedentaria a los efectos de esta Ley la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente, de manera habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros y en los puestos debidamente autorizados, en instalaciones comerciales desmontables o transportables, y en los términos y las condiciones establecidos en la presente Ley.

Artículo 10. Autorización de los ayuntamientos.

1. Los ayuntamientos pueden autorizar la venta no sedentaria en los municipios respectivos, en perímetros y en puestos determinados previamente, y establecer, asimismo, el número total de puestos permitidos, así como sus dimensiones.
2. En la autorización debe constar el lugar preciso donde debe de ejercerse la actividad, así como los productos concretos para los que es válida, y debe ser exhibida de manera visible y permanente en las paradas de venta.
3. La autorización del ayuntamiento se concederá por un tiempo no superior a un año. Sólo puede ser revocada por el incumplimiento de la presente Ley y de las ordenanzas municipales y no da derecho, en estos casos, a indemnizaciones ni compensaciones.

Artículo 11. Requisitos de los puestos de venta.

1. La venta no sedentaria debe ejercerse en puestos de venta desmontables o transportables, teniendo siempre en cuenta que su instalación tiene que ofrecer las condiciones de seguridad y de higiene exigidas por la normativa específica vigente.
2. Los productos a la venta no pueden exhibirse en ningún caso directamente sobre el suelo o pavimento, y siempre que sus características de volumen y de peso lo permitan deben situarse a una altura no inferior a ochenta centímetros respecto al nivel del suelo.

Artículo 12. Autorizaciones específicas.

1. Los ayuntamientos pueden autorizar a los agricultores, individualmente o en grupo, a efectuar la venta de sus propios productos en los lugares que se les hayan fijado previamente.
2. Dicha autorización no puede referirse a asociaciones u otras entidades jurídicas.

Artículo 13. Venta no sedentaria en mercados y en la vía pública.

1. En todo caso, la venta no sedentaria únicamente se puede llevar a cabo en mercados fijos, periódicos u ocasionales, así como en puestos instalados en la vía pública para productos de naturaleza estacional.
2. A estos efectos, se entiende por:
 - a) Venta no sedentaria en mercados fijos: aquella que se autoriza en determinados puestos anexos a los mercados que tienen sede permanente en las poblaciones.
 - b) Venta no sedentaria en mercados periódicos: aquella que se autoriza en los mercados que se realizan en las poblaciones, en puestos establecidos, con una periodicidad habitual y determinada.
 - c) Venta no sedentaria en mercados ocasionales: aquella que se autoriza en mercados esporádicos que se realizan con motivo de fiestas o acontecimientos populares.
 - d) Venta no sedentaria de productos de naturaleza estacional en puestos instalados en la vía pública: aquella que, con criterios restrictivos y excepcionales, puede autorizarse, una vez fijados el número de puestos y su emplazamiento o zonas determinadas donde se tenga que llevar a cabo.
 - e) Venta no sedentaria mediante camiones-tiendas en zonas insuficientemente dotadas de equipamientos comerciales: aquellas que con criterios restrictivos puedan autorizarse mientras dure dicha insuficiencia, una vez fijados el lugar y la periodicidad de su ocupación.

Artículo 14. Características de las licencias.

1. Los ayuntamientos, de acuerdo con lo que dispone el artículo 1 de esta Ley, tienen que fijar el número de licencias de vendedores no sedentarios disponibles para cada una de las modalidades establecidas en el

artículo 13 y determinar los días y el horario correspondientes para el ejercicio de la actividad.

2. En el caso de autorización de nuevos mercados periódicos, únicamente se permite que se celebren un día de la semana. No obstante, en poblaciones infradotadas de equipamientos comerciales los nuevos mercados periódicos que se autoricen en adelante pueden celebrarse, como máximo, dos días a la semana, uno de los cuales puede ser festivo, previo acuerdo del pleno del ayuntamiento correspondiente.

Artículo 15. Venta ambulante itinerante en vehículos-tiendas.

Se considera venta itinerante en vehículos-tiendas la realizada de manera habitual, ocasional, periódica o continuada, por personas autorizadas, en vehículos-tiendas, en las poblaciones, de acuerdo con las fechas, el calendario y los itinerarios aprobados previamente por los ayuntamientos.

Artículo 16. Información a los consumidores en la venta itinerante.

En sus vehículos y en puestos visibles, los comerciantes que practiquen la venta ambulante itinerante en vehículos-tiendas deben informar a los consumidores de la dirección donde se atenderán, en su caso, sus reclamaciones. Dicha dirección tiene que figurar asimismo en la factura o comprobante de venta.

Artículo 17. Requisitos generales de la venta no sedentaria e itinerante.

Para el ejercicio de la venta no sedentaria y de la venta ambulante-itinerante en vehículos-tiendas, los comerciantes tendrán que cumplir los requisitos que establecen los artículos 3 y 4 de esta Ley. La autorización será personal e intransferible, pero podrán ejercer la actividad, en nombre del comerciante, su cónyuge y sus hijos, así como los empleados que estén dados de alta en la Seguridad Social por cuenta del titular comercial.

Artículo 18. Competencias de los ayuntamientos.

1. Los ayuntamientos que autoricen la venta no sedentaria y la venta ambulante itinerante en vehículos-tiendas tendrán que vigilar y garantizar que los titulares de las autorizaciones cumplan lo que ordena la Ley y podrán llegar, como acción de cautela, en caso de infracción, a intervenir los productos exhibidos por el vendedor, sin perjuicio de las sanciones que, en su caso, corresponda imponer legalmente al presunto infractor, en virtud de lo que establece la presente Ley.

2. Para autorizar la venta no sedentaria y la venta ambulante-itinerante en vehículos-tiendas, los ayuntamientos deben tener en cuenta el nivel de equipamiento comercial existente en la zona, así como la adecuación de la venta a la estructura de consumo y compra de la población de que se trate.

Artículo 19. Ordenanzas municipales.

Los ayuntamientos tienen que aprobar, teniendo en cuenta las peculiaridades de las respectivas poblaciones, sus propios reglamentos, en ordenanzas reguladoras de la actividad comercial de venta no sedentaria y de venta ambulante itinerante en vehículos-tiendas, ajustándose a lo que establece la presente Ley. La presente Ley tiene carácter supletorio para todos los casos o particularidades que no se encuentren previstas o reguladas por las ordenanzas o reglamentos municipales.

Artículo 20. Venta domiciliaria.

1. La venta de productos o de servicios a domicilio ejercida por empresas, sean éstas personas físicas o jurídicas, se encuentra sometida a las condiciones establecidas por la presente Ley. A los efectos de esta Ley no se considera venta a domicilio la venta por correspondencia, como tampoco el mero reparto de los productos o de las mercancías adquiridas en establecimientos comerciales.

2. En ningún caso se pueden vender a domicilio aquellos productos que por su forma de presentación o por otras circunstancias no cumplan las normas técnico-sanitarias que regulan su venta, especialmente los productos alimentarios.

Artículo 21.Requisitos de la venta domiciliaria.

Para el ejercicio de la venta domiciliaria en el ámbito de Catalunya, las empresas deben cumplir lo que establecen los artículos 3 y 4 de este texto.

Artículo 22.Exhibición de la documentación.

Los vendedores domiciliarios deben exhibir al comprador la documentación que acredite su condición y que identifique la empresa que representan y los productos que están autorizados a ofrecer.

Artículo 23.Período de reflexión.

En la venta de productos a domicilio, el vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que le asiste a disponer de un período de reflexión no inferior a siete días, durante el que puede decidir la devolución del producto de que se trate y recibir las cantidades que haya entregado.

Artículo 24.Fianza.

Para practicar la venta domiciliaria, las empresas deben depositar una fianza caucional, en las condiciones que se establecen mediante un reglamento.

Artículo 25.Oferta de otros productos.

En las ventas a domicilio quedan prohibidas las ofertas que obliguen a la obtención de otros productos o servicios.

Artículo 26.Venta a distancia.

Es venta a distancia la forma de distribución comercial detallista que se lleva a cabo previa oferta realizada por cualquier medio de comunicación entre personas distantes y por cualquier medio de comunicación social y de transmisión electrónica, y poniendo en conocimiento de los consumidores la forma de efectuar sus pedidos.

Artículo 27.Requisitos de la venta a distancia.

Todas las ofertas de venta a distancia deben contener, de forma clara e inequívoca, los siguientes datos informativos:

- a) La identidad del ofreciente y su número de inscripción en el Registro de comerciantes.
- b) El producto o servicio que se ofrezca, con una descripción de éste con todos los datos sobre su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso que facilite su identificación.
- c) El precio total a satisfacer, de conformidad con lo que se establece en el artículo 7 de esta Ley, separando el importe de los gastos de envío, si éstos son a cargo del consumidor, y especificando el sistema de reembolso.
- d) El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto o servicio objeto de la transacción desde el momento de la recepción del pedido.
- e) El período de reflexión, no inferior a siete días, durante el cual el consumidor puede devolver el producto y recibir la cantidad satisfecha.
- f) El sistema de devolución, en su caso, con la información de que los gastos correspondientes son a cargo del comerciante en caso de disconformidad con el envío, antes de transcurrido el período de reflexión.

Artículo 28.Otros requisitos de la venta a distancia.

1. Las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la actividad de venta a distancia deben cumplir los requisitos que esta Ley establece en el artículo 3 y en la forma que se determine mediante un reglamento respecto al artículo 4. No obstante, respecto al Registro de comerciantes, las empresas deben facilitar, además, en el momento de su inscripción, los siguientes datos:

- a) La gama o gamas de productos y servicios que quieran comercializar.
- b) La relación de almacenes y, si procede, de establecimientos de que disponen.
- c) Las direcciones donde se atienden los pedidos, las solicitudes de información o las posibles reclamaciones de los consumidores.

2. Está prohibido, en cualquier caso, el envío de mercancías o servicios no solicitados previamente por los consumidores o usuarios, especialmente los que se realicen bajo la advertencia de que la falta de respuesta del receptor dará lugar a la presunción de su aceptación. Esta prohibición es efectiva aunque se fije un plazo de reflexión para hacer la prueba o ensayo del producto o servicio.

3. No pueden efectuarse envíos de ofertas si el sistema utilizado comporta algún gasto para el destinatario, salvo que exista una solicitud previa de la oferta hecha por su parte.

Artículo 29. Venta automática.

Venta automática es la forma de distribución detallista en la que se pone a disposición del consumidor el producto o servicio para que éste lo adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo, previo depósito de su importe.

Artículo 30. Autorización de la venta automática.

Los ayuntamientos, al conceder las autorizaciones para la instalación de máquinas destinadas a la venta automática fuera de los establecimientos comerciales, deben tener en cuenta el mejor aprovechamiento de la vía pública y el equipamiento comercial existente en la zona.

Artículo 31. Requisitos de la venta automática.

En la venta automática, los productos deben exhibirse o bien identificarse al comprador de forma inequívoca, especificando de manera visible en el exterior del receptáculo los datos siguientes:

- a) Identidad del ofreciente y número de inscripción en el Registro de comerciantes.
- b) Precio a satisfacer de acuerdo con el artículo 7 de esta Ley.
- c) Dirección donde se atenderán las posibles reclamaciones de los consumidores.
- d) En el caso de productos alimenticios, únicamente se autorizan para efectuar la venta automática de los que estén envasados, llevando la identificación prescrita por la normativa vigente en materia de etiquetado y de comercialización.

Artículo 32. Otros requisitos de la venta automática.

Los comerciantes que se dediquen a la actividad de venta automática deben cumplir los requisitos que establece esta Ley en los artículos 3 y 4. No obstante, en lo referente al Registro de comerciantes, las empresas tienen que facilitar, además, en el momento de su inscripción, los datos siguientes:

- a) La gama o gamas de productos o servicios que tratan de comercializar.
- b) La relación de almacenes y establecimientos de que disponen.
- c) Las direcciones donde se atenderán las posibles reclamaciones de los consumidores.

Artículo 33. Venta en cadena o en pirámide.

1. Se considera venta en cadena o en pirámide cualquier tipo de venta que consista en ofrecer a los consumidores productos o servicios a precio reducido y hasta gratuito, condicionando las ventajas prometidas al hecho de que el consumidor a quien se dirige la oferta consiga, directa o indirectamente, otros clientes o un volumen de ventas determinado.
2. Está prohibido utilizar la mediación de los consumidores en las prácticas de las ventas en cadena o en pirámide.

Artículo 34. Ventas a precio rebajado.

1. Se consideran ventas a precio rebajado las ventas en las que se ofrece al público, mediante cualquier tipo de publicidad, una reducción de los precios o unas condiciones especiales de estos que supongan su aminoración en relación con los precios practicados habitualmente.
2. Las reducciones de los precios deben consignarse exhibiendo, al lado del precio o la tarifa habituales practicados por el mismo comerciante, el precio rebajado, que debe referirse a mercancías o servicios idénticos, expedidos en el mismo establecimiento.
3. Está prohibida la venta de productos o artículos deteriorados o expresamente adquiridos para esta finalidad bajo la denominación de precios rebajados y rebajas. En consecuencia, las mercancías que se vendan a precio rebajado tienen que haber estado a la venta con anterioridad al inicio de las rebajas.
4. Cuando se anuncie la venta a precios rebajados de cualquier producto por tiempo limitado, debe disponerse de un stock suficiente de productos idénticos para ofrecer al público en las mismas condiciones prometidas en la venta de que se trate.
5. El stock debe estar en relación con la duración de la venta anunciada y con la importancia de la publicidad. En el caso de venta en establecimientos comerciales abiertos al público, la duración de la venta no debe ser inferior a una jornada completa de horario comercial.

Artículo 35. Oferta de premios o regalos mediante sorteo.

Cuando un comerciante comunica a cualquier consumidor que ha sido favorecido por sorteo con un premio o bien con el envío de un obsequio, no puede condicionar directa o indirectamente el envío efectivo de dichos premios u obsequios a la compra de productos o servicios. Todos los sorteos destinados a premiar la participación voluntaria o involuntaria de consumidores deben estar autorizados por la autoridad competente.

Artículo 36. Venta en liquidación.

1. En el ámbito territorial de la Generalitat de Catalunya, únicamente se autoriza la venta en liquidación en los casos siguientes:
 - a) El cese total o parcial de la actividad comercial.
 - b) La transformación sustancial de la empresa o del establecimiento comercial que comporte un cambio de la orientación o de la estructura del negocio.
 - c) La venta de la totalidad o de una parte de los stocks heredados de un comerciante difunto efectuada por los herederos o responsables del negocio.
 - d) La liquidación que decida efectuar el comerciante que se haga cargo de un negocio traspasado o adquirido, según el caso, a los herederos de un comerciante difunto, o cuando el comerciante que adquiriera cualquier empresa o establecimiento se acoja a lo que prevé el apartado b) precedente.
 - e) En un caso de fuerza mayor que imposibilite el ejercicio normal de la actividad comercial.
2. En los casos previstos en los apartados a) y b) será imprescindible que el comerciante no haya

liquidado productos similares por el mismo motivo en el período de un año.

3. La duración máxima de la venta en liquidación es de tres meses, salvo que se trate del cese total de la actividad, que en este caso es de un año.



Ap. 3 añadido por art. 5.1LCAT 2006\3 de Ley 15/2005, de 27 diciembre (LCAT 2006\3).

Artículo 37. Comunicación de la venta en liquidación.

Las liquidaciones pueden realizarse en cualquier época del año, previa comunicación al Departament de Comerç, Consum i Turisme. Dicha comunicación debe presentarse, como mínimo, un mes antes de la fecha solicitada para el inicio de la liquidación y deben hacerse constar las causas que la motivan, sujetándose a lo que prevén los artículos anteriores. Transcurridos estos plazos sin indicación contraria del Departament de Comerç, Consum i Turisme, el comerciante podrá iniciar la liquidación.

Artículo 38. Publicidad de la venta en liquidación.

1. Las liquidaciones no pueden hacerse públicas a través de medio alguno antes de los ocho días que precedan al inicio de la venta, ni antes de que haya transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 37.
2. El comerciante tiene que exhibir en un lugar visible del establecimiento una copia de la comunicación presentada en el Departament de Comerç, Consum i Turisme, debidamente sellada.

Artículo 39. Venta de saldos.

Únicamente se autoriza la venta de saldos cuando se trate de dar salida a productos que se encuentren en algunas de las circunstancias siguientes:

- a) Productos cuya salida sea manifiestamente imposible a los precios habituales del mercado, por razón de su pérdida de actualidad y de oportunidades, así como aquellos productos o artículos que hayan sufrido algún deterioro grave en su valor comercial a causa de la obsolescencia o de la reducción objetiva de sus posibilidades de utilización, siempre que no comporten riesgo ni engaño para el adquirente.
- b) Productos defectuosos, deteriorados o desparejados, siempre que no comporten riesgo ni engaño para el adquirente. Su condición debe ponerse de manifiesto mediante publicidad y una información directa adecuada.

Artículo 40. Condición para la venta de determinados saldos.

Para la venta ocasional de saldos de los productos a que se refiere el artículo 39.a), será necesario que éstos hayan sido incluidos en el stock del vendedor durante un período de tiempo no inferior a seis meses.

Artículo 41. Puestos de venta de saldos.

La venta de saldos únicamente puede practicarse en establecimientos comerciales de una manera claramente diferenciada del resto de productos o bien en establecimientos comerciales y paradas de venta no sedentaria dedicados exclusivamente a esta actividad.

Artículo 42. Comunicación de la venta de saldos.

Los comerciantes que deseen realizar ventas de saldo con carácter ocasional deben comunicarlo al Departament de Comerç, Consum i Turisme. A este fin, deben presentar, con una antelación mínima de siete días, la comunicación correspondiente, indicando las razones que motivan la venta de saldos y la fecha en que deseen iniciarla.

Artículo 43. Exhibición de la comunicación.

El vendedor debe exhibir obligatoriamente, en lugar visible de su establecimiento, la copia de la comunicación a que se refiere el artículo anterior, debidamente diligenciada por el Departament de Comerç, Consum i Turisme.

Artículo 44. Venta permanente de saldos.

Para la venta de saldos con carácter habitual y permanente, se necesita que el comerciante realice su actividad orientada exclusivamente a la venta de las mercancías o de los productos a los que se refiere el artículo 39, y en locales o paradas no sedentarias dedicadas exclusivamente a dicha actividad. El ejercicio de esta actividad está sujeto a la obtención de un permiso del Departament de Comerç, Consum i Turisme, de acuerdo con la reglamentación específica que se establezca.

CAPÍTULO IV

Infracciones y sanciones

Artículo 45. Infracciones.

Constituyen infracciones a lo que establece esta Ley las siguientes:

a) En relación con el ejercicio de la actividad comercial:

1. El ejercicio simultáneo de las actividades de venta al por mayor y al menor, con el incumplimiento de lo que establece el artículo 2.4.
2. El incumplimiento de las condiciones o de los requisitos administrativos que establece el artículo 3.
3. El incumplimiento de la obligación de inscripción en el Registro correspondiente.
4. El incumplimiento del régimen de horarios comerciales.
5. La supresión de información al consumidor relativa al período de reflexión, en las modalidades de venta en las que se exija dicha información.

b) En materia de precios. Cualquier incumplimiento de la regulación de precios que establecen los artículos 7 y 8.

c) En cuanto a la venta no sedentaria.

1. La venta practicada fuera de los perímetros y/o lugares autorizados o bien con la transgresión de los días y los horarios establecidos por la normativa.
2. La venta practicada por cualquier persona no autorizada o por comerciantes que incumplan los requisitos establecidos en esta Ley, los reglamentos o las ordenanzas reguladoras.
3. La venta practicada en puestos que no reúnan las condiciones establecidas en este texto, los reglamentos o las ordenanzas reguladoras.
4. La venta practicada sin exhibir la correspondiente autorización de manera visible y permanente en la parada de venta.
5. El incumplimiento de los requisitos para el ejercicio de la venta en vehículos-tiendas.

d) En cuanto a la venta domiciliaria.

1. La venta practicada por empresas o comerciantes que no reúnan los requisitos administrativos exigidos.
2. La venta practicada por empresas que no hayan consignado el depósito obligatorio con carácter previo.
3. La venta practicada mediante ofertas engañosas.

4. La falta de exhibición del documento que acredite el ejercicio de la actividad.

e) En cuanto a la venta a distancia.

1. El incumplimiento de las condiciones y los requisitos para su ejercicio.

2. El envío de productos o servicios no solicitados previamente por el receptor y el envío de ofertas no solicitadas, si éstas comportan gastos para el receptor.

f) En cuanto a la venta automática, el incumplimiento de las condiciones y los requisitos que para ejercerla establezca la normativa vigente.

g) En cuanto a la venta en cadena o en pirámide, el intento de utilizar la mediación del consumidor o la practicada con esta táctica.

h) En lo que se refiere a la venta a precios rebajados, las practicadas con el incumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa vigente.

i) En lo referente a las ofertas de premios o regalos, las practicadas en cualquier tipo de ventas con el incumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa vigente.

j) En lo que concierne a la venta en liquidación, el incumplimiento de los supuestos y los requisitos que establece la normativa vigente.

k) En lo que concierne a la venta de saldos, el incumplimiento de los requisitos y las condiciones que establece la normativa vigente.



Letra a) 3 modificada por art. 53.1LCAT 2001\765 de Ley 21/2001, de 28 diciembre (LCAT 2001\765).

Letra j) añadida por art. 83LCAT 2002\823 de Ley 31/2002, de 30 diciembre (LCAT 2002\823).

Letra k) añadida por art. 83LCAT 2002\823 de Ley 31/2002, de 30 diciembre (LCAT 2002\823).

Artículo 46. Otras infracciones.

a) La negativa o la resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades competentes o por sus agentes para el cumplimiento de las funciones de información, investigación e inspección en las materias objeto de la presente Ley, así como el hecho de suministrar información inexacta o documentación falsa.

b) La resistencia, la coacción o la represalia, o la tentativa de hacerla, contra los funcionarios facultados para el ejercicio de la función de investigación, de vigilancia o de inspección.

Artículo 47. Clases de infracciones.

Las infracciones tipificadas por esta Ley se pueden considerar como leves, graves o muy graves, en función de los criterios siguientes:

a) Se consideran infracciones leves:

1. Las simples irregularidades en el cumplimiento de lo que prescribe esta Ley, siempre que no causen perjuicios directos de carácter económico.

2. Cuando no es procedente calificarlas de graves o muy graves.

b) Se consideran infracciones graves:

1. La reincidencia en la comisión de infracciones consideradas como leves en un mismo período de seis meses.

2. Las infracciones que causen perjuicios de carácter económico aunque se traten de simples

irregularidades

3. Las infracciones a esta Ley cuando la empresa infractora se encuentre en una situación de predominio en un sector del mercado o en una de sus partes sustanciales.

4. Cuando no es procedente calificarlas de muy graves.

c) Se consideran infracciones muy graves:

1. La reincidencia de infracciones graves dentro del mismo período de dos años, siempre que no se produzcan a la vez a consecuencia de la reincidencia en infracciones leves.

2. Las infracciones que den o puedan dar lugar a perjuicios que, por su importancia, hayan alterado gravemente las relaciones socio-económicas o sean susceptibles de producir graves alteraciones.

Artículo 48.Sanciones.

Las infracciones a que se refiere esta Ley se sancionan, con instrucción previa del expediente administrativo correspondiente, de la forma siguiente:

a) Infracciones leves: multa de una cuantía de hasta 60.000 euros.

b) Infracciones graves: multa de una cuantía comprendida entre 60.000,01 y 300.500 euros.

c) Infracciones muy graves: multa de una cuantía comprendida entre 300.500,01 y 600.000 euros, la cual se puede ultrapasar hasta llegar al décuplo del valor de los productos o los servicios objeto de la infracción.



Modificado por art. 53.2LCAT 2001\765 de Ley 21/2001, de 28 diciembre (LCAT 2001\765).

Artículo 49.Graduación de las sanciones.

Sin perjuicio de lo que establecen los dos artículos precedentes, la cuantía de la sanción se gradúa teniendo en cuenta las circunstancias siguientes:

a) Enmienda de los defectos derivados del incumplimiento relativo a las formalidades exigidas por esta disposición para el ejercicio de las actividades que regula, siempre que de dicho incumplimiento no se hayan derivado perjuicios directos a terceros.

b) El número de consumidores y usuarios afectados.

c) La cuantía del beneficio ilícito.

d) El volumen de ventas.

e) La situación de predominio del infractor en el mercado, aunque no se trate de la primera empresa del sector en el mercado.

f) La gravedad de los efectos socio-económicos que la comisión de la infracción haya producido.

g) La reincidencia.



Letra e) modificada por art. 53.3LCAT 2001\765 de Ley 21/2001, de 28 diciembre (LCAT 2001\765).

Artículo 50.Reincidencia.

A los efectos de esta Ley y del resto de disposiciones en materia de comercialización de bienes, productos

y servicios, disciplina del mercado y defensa de los consumidores y usuarios, se considera que existe reincidencia cuando al cometer una infracción el culpable haya sido sancionado con anterioridad mediante resolución firme. No se computan los antecedentes infractores cancelados.

Artículo 51. Cancelación de antecedentes.

1. Se consideran cancelados los antecedentes infractores cuando hayan transcurrido:
 - a) 1 año, en los casos de sanciones por infracciones leves.
 - b) Dos años, en los casos de sanciones por infracciones graves.
 - c) Cinco años, en los casos de sanciones por infracciones muy graves.
2. Los plazos comienzan a contar a partir del siguiente día del cumplimiento de la resolución sancionadora.
3. En los supuestos de reincidencia, los plazos para computar la cancelación se incrementan en el 50%.



Ap. 1 a) modificado por art. 53.4LCAT 2001\765 de Ley 21/2001, de 28 diciembre (LCAT 2001\765).

Artículo 52. Investigación, procedimiento y órganos sancionadores.

1. Las posibles infracciones a lo que establece la presente Ley serán investigadas por el Departament de Comerç, Consum i Turisme, de oficio o en virtud de denuncia hecha por cualquier persona física o jurídica.
2. Se determinarán mediante un reglamento los requisitos que tendrá que reunir la denuncia que motive la iniciación de un expediente sancionador.
3. El procedimiento para la imposición de las sanciones a las infracciones previstas por esta Ley será el procedimiento sancionador que regula la legislación vigente en la materia.
4. Las infracciones en materia de comercio son sancionadas por el departamento competente o por el Gobierno en función de lo que determine la disposición sobre la correspondiente capacidad sancionadora.



Ap. 4 modificado por art. 5.2LCAT 2006\3 de Ley 15/2005, de 27 diciembre (LCAT 2006\3).

DISPOSICIÓN ADICIONAL.

Lo que prevé esta Ley se entiende sin perjuicio de lo que establece la legislación sectorial correspondiente en relación con la dispensa o la venta de determinados productos o mercancías y la prestación de determinados servicios.

DISPOSICIONES FINALES.

Primera.

Se faculta al Gobierno de la Generalitat para dictar las disposiciones reglamentarias necesarias para el desarrollo y la aplicación de esta Ley.

Segunda.

La Ley 1/1990, de 8 de enero (LCAT 1990\20), sobre la disciplina del mercado y de defensa de los consumidores y de los usuarios, es aplicable con carácter supletorio a este texto.