



(Disposición
Vigente)

Ley de Comercio del País Vasco

Ley 7/1994, de 27 de mayo

[LPV 1994\240](#)

COMERCIO. Regula la actividad comercial y la ordenación y mejora de la estructura comercial.

PARLAMENTO VASCO

BO. País Vasco 13 junio 1994, núm. 111, [pág. 7101]

Transcurridos más de diez años desde la entrada en vigor de la Ley 9/1983, de 19 de mayo ([LPV 1983\881](#)), 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 Unico 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 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.

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 ([LPV 1980\10](#)), 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.

TITULO I. Ambito 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.

TITULO II. Del ejercicio de la actividad comercial

CAPITULO 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 Departamento 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 déficit 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.

CAPITULO 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 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.

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



Notas de vigencia

3 derogado por [disp. derog. 2.d\)](#) de [Ley 6/2003, de 22 de diciembre LPV2003\449](#).

CAPITULO 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.



Notas de vigencia

Suprimido por [art. 32](#) de [Ley 7/2012, de 23 de abril LPV2012\149](#).

Artículo 13. Implantación de grandes establecimientos comerciales

1. Los ayuntamientos, a la hora de formular, modificar o revisar su planeamiento urbanístico, considerarán el uso comercial al por menor como un uso específico, concretando, cuando así proceda, los suelos en los que dicho uso pueda ser llevado a cabo a través de la implantación de grandes establecimientos comerciales y, en su caso, su régimen de compatibilidad con otros usos, de acuerdo con las reglas contenidas en los apartados siguientes.

2. A los efectos de la presente Ley, se entiende por gran establecimiento comercial, individual o colectivo, todo

aquel que tenga una superficie edificada superior a 700 metros cuadrados.

A estos efectos, se denomina establecimiento comercial colectivo al conjunto de establecimientos situados en uno o diversos edificios conectados donde se realicen actividades comerciales.

3. La implantación de grandes establecimientos comerciales que se dediquen a la venta y expedición de carburantes, o de los que se destinen a la venta de vehículos automóviles, aun cuando tengan una superficie edificada superior a 700 metros cuadrados, así como la implantación de mercados municipales, no está sujeta a las prescripciones contenidas en el apartado 1 del presente artículo.

4. Para la implantación de grandes establecimientos comerciales se estará a la regulación contenida en la normativa por la que se aprueba definitivamente el Plan Territorial sectorial de Equipamientos Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco, que es el instrumento de ordenación territorial definidor de la implantación de los grandes equipamientos comerciales en el ámbito de la Comunidad Autónoma.

5. Para toda implantación o ampliación de un gran establecimiento comercial, con carácter previo a la concesión de la licencia municipal, el ayuntamiento correspondiente solicitará al órgano competente en materia de comercio de la Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco la emisión de un informe sobre la adecuación de la actividad proyectada a los criterios establecidos en el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales, el cual se emitirá en el plazo de dos meses.

6. Los planes municipales podrán calificar suelos específicamente para la implantación de grandes establecimientos comerciales en núcleos urbanos o en ensanches urbanos, mediante la reconversión de áreas obsoletas o la ocupación de espacios vacíos intersticiales. Dichos planes, a fin de garantizar la sostenibilidad del modelo urbano, se atenderán a lo establecido en el Plan Territorial sectorial de Equipamientos Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco y seguirán además, preferentemente, los siguientes criterios de ordenación:

a) Los planes podrán prever la implantación del uso específico de grandes establecimientos comerciales en las tramas urbanas ya consolidadas de los municipios, entendiéndose por tales las ocupadas de forma continua por edificios residenciales colectivos.

b) Cuando se prevea la implantación del uso específico de gran establecimiento comercial con ocasión del desarrollo edificatorio de ámbitos homogéneos de suelo urbanizable residencial o de suelos incluidos en planes especiales de renovación urbana o de ocupación de espacios vacíos intersticiales, se deberá justificar la adecuación y proporción entre la intensidad prevista del uso y el consumo de suelo que comporta.

c) En todos los casos, los planes, para prever la implantación del citado uso, atenderán a su integración en la estrategia de evolución, movilidad urbana y ocupación del suelo del término municipal, intentando evitar su consumo. Igualmente, considerarán los movimientos de personas y vehículos que se puedan generar, valorando especialmente su incidencia en la red viaria y demás infraestructuras públicas y la existencia de medios de transporte colectivo suficientes para satisfacer los flujos previsibles de público y para desincentivar el uso de vehículos particulares.

d) Cuando el uso específico se localice en tramas urbanas ya consolidadas, los planes exigirán la dotación de aparcamientos precisa y adecuada a la intensidad prevista del uso. A tal fin, se tendrán además en cuenta los espacios disponibles, la afección al tráfico urbano y los medios de transporte público ya existentes o previstos.

En el resto de los casos resultarán de aplicación, con carácter mínimo, los estándares de aparcamientos a que se refiere el Plan Territorial sectorial de Equipamientos Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

e) Los planes exigirán para las futuras construcciones la adopción de soluciones que persigan la eficiencia energética, la accesibilidad y la integración en el entorno de los establecimientos a erigir.

7. Cuando los ayuntamientos se separen de los criterios de ordenación señalados en el apartado anterior, justificarán su decisión a través de un estudio de sostenibilidad, que se deberá poner a disposición de la Comisión de Ordenación del Territorio del País Vasco, junto con una memoria motivada que se habrá de incorporar al expediente de formulación, modificación o revisión del planeamiento y que se referirá a los siguientes extremos:

-Análisis de la proporcionalidad y adecuación de la implantación del uso comercial respecto del entorno urbano.

-Afección y suficiencia de las infraestructuras existentes, como alumbrado, carretera, agua y telecomunicaciones, entre otras, para dar servicio a la implantación prevista.

-Estudios de movilidad, tanto de personas como de vehículos, y dotaciones existentes al servicio de dicha movilidad.

-Incidencia sobre la ordenación urbana y respeto medioambiental del ámbito territorial en el que se pretende su implantación.



Notas de vigencia

Ap. 5 modificado por [art. 33](#) de [Ley 7/2012, de 23 de abril LPV\2012\149](#).

Modificado por [art. 1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

TITULO III. De las modalidades y prácticas especiales de venta

CAPITULO I. Ventas realizadas fuera de establecimiento comercial permanente

Artículo 14. Clases

Son ventas efectuadas fuera del establecimiento comercial permanente las denominadas venta ambulante, venta a domicilio, venta a distancia y venta ocasional.

Artículo 15. Definición de ventas ambulantes

Son ventas ambulantes aquéllas realizadas fuera de un establecimiento comercial, en puestos o instalaciones desmontables, así como en vehículos.

El ejercicio de la venta ambulante requerirá, cuando se lleve a cabo en espacios públicos, de la correspondiente autorización.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 2](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 16. Regulación de la venta ambulante

1. Los ayuntamientos podrán regular la venta ambulante en el territorio de su municipio.

La regulación municipal concretará los lugares, perímetros exceptuados, frecuencia, horario y productos autorizados, y establecerá las características de los tipos de venta ambulante, diferenciando:

a) Mercados periódicos de carácter tradicional o de nueva implantación, ubicados en lugares o espacios

determinados y de periodicidad fija. Éstos sólo podrán celebrarse durante un máximo de dos días a la semana.

b) Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.

c) Venta realizada en camiones tienda o puestos instalados en la vía pública, que se autorizarán en circunstancias y condiciones precisas.

2. El ayuntamiento entregará a la persona que haya autorizado para el ejercicio de la venta ambulante dentro de su término municipal una tarjeta identificativa que contendrá los datos esenciales de la autorización y que estará expuesta en un lugar visible y a disposición de la clientela.

Deberá figurar en la misma la dirección donde se atenderán, en su caso, las reclamaciones de las personas consumidoras. Dicha dirección deberá figurar en todo caso en la factura o comprobante de la venta. Además de esto, cada titular autorizado a la venta ambulante deberá poseer un seguro de responsabilidad civil que cubra los riesgos de la actividad económica.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 3](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 17. Perímetro urbano exceptuado

En todos los municipios podrá determinarse un perímetro urbano exceptuado en el que la venta ambulante no podrá practicarse. La determinación de dicho perímetro se hará siguiendo exclusivamente criterios urbanísticos, ambientales o de accesibilidad.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 18. Exclusiones

Cada municipio establecerá 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 al artículo anterior.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 5](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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) 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.



Notas de vigencia

Ap. 2 b) suprimido por [art. 6](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 21. Requisitos

1. Las empresas de venta a domicilio deberán tener a disposición de la autoridad administrativa cuantas autorizaciones sectoriales requieran por razón de su objeto y una relación actualizada del personal que intervenga en este tipo de venta.

2. La persona que lleve a cabo la venta deberá mostrar la documentación en la que conste la identidad de la empresa y el carácter con el que actúa.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 7](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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 y domicilio de la empresa.
- b) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- 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.



Notas de vigencia

Ap. 4 a) modificado por [art. 8](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Ap. 2 suprimido por [art. 8](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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 comunicada al departamento del Gobierno Vasco competente en materia de comercio.

3. En la comunicación se informará sobre los siguientes extremos:

- a) Identificación de la persona vendedora.
- b) Descripción de las características de los productos.
- c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) Título de uso del local.

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.



Notas de vigencia

Ap. 3 modificado por [art. 9](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Ap. 2 modificado por [art. 9](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

CAPITULO 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 períodos o temporadas que se señalen en dicha 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, 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) 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 ([LPV 1988\237](#)), 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.



Notas de vigencia

Ap. 6 suprimido por [art. 34](#) de [Ley 7/2012, de 23 de abril LPV\2012\149](#).

Ap. 2 a) suprimido por [art. 10](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

CAPITULO 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.

TITULO IV. De los certámenes comerciales



Notas de vigencia

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 32. Certámenes comerciales. Concepto

1. Se denominan certámenes comerciales las manifestaciones 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.



Notas de vigencia

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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.



Notas de vigencia

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 34. Comisión de certámenes comerciales

1. El Gobierno Vasco, a propuesta del Departamento competente en la materia, creará una 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.

**Notas de vigencia**

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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.

**Notas de vigencia**

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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 constará de dos secciones. En la sección 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 Comerciales 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.



Notas de vigencia

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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.

**Notas de vigencia**

Suprimido por [art. 11](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

TITULO 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) El incumplimiento de las normas relativas a la apertura de establecimientos comerciales.
- h) La infracción del régimen de horarios comerciales prevista en la legislación vigente consistente bien en la apertura del establecimiento comercial en horario o en domingo o en día festivo no autorizados, bien en el incumplimiento del tiempo máximo de apertura del establecimiento o bien en la falta de exposición de modo visible del horario y días de apertura.
- i) La venta ambulante con incumplimiento de las condiciones sobre productos, lugares, días y horas, así como titulares autorizados y su identificación permanente.
- j) La venta a domicilio con incumplimiento de lo previsto en los artículos 20 y 21.
- k) La venta a distancia con incumplimiento de lo previsto en el artículo 22.

- l) La venta ocasional 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) 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.



Notas de vigencia

- Ap. 1 v) suprimido por [art. 12.2](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 u) suprimido por [art. 12.2](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 t) suprimido por [art. 12.2](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 l) modificado por [art. 12.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 k) modificado por [art. 12.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 j) modificado por [art. 12.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 i) modificado por [art. 12.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 h) modificado por [art. 12.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).
- Ap. 1 s) renumerado por [art. 12.2](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#). Su anterior numeración era ap. 1 w).

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 la letra s) del apartado 2 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.



Notas de vigencia

Letra g) modificado por [art. 13.2](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Letra f) suprimido por [art. 13.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Letra d) suprimido por [art. 13.1](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Artículo 41. Infracciones muy graves

Se calificarán como infracciones muy graves:

a) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

b) Las que concurren 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 25.000 euros.

2. Las infracciones graves serán sancionadas con multas de hasta 150.000 euros. Este límite podrá alcanzarse por los ayuntamientos en materia de venta ambulante.

3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas de hasta 900.000 euros. Los órganos competentes para imponerlas serán la persona titular del departamento que tenga atribuida la materia de comercio, hasta 120.000 euros, y el Consejo de Gobierno, desde 120.001 hasta 900.000 euros.

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 ([RCL 1988\780](#)), 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.



Notas de vigencia

Ap. 3 modificado por [art. 14](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Ap. 2 modificado por [art. 14](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Ap. 1 modificado por [art. 14](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

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 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 esta Ley prescribirán en los siguientes plazos:

- a) Infracciones leves: un año.
- b) Infracciones graves: dos años.
- c) Infracciones muy graves: tres 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 paralizado 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 adquiriera 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.



Notas de vigencia

Ap. 1 modificado por [art. 15](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

TITULO 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

1. El Gobierno Vasco, a través del departamento competente en materia de comercio, desarrollará cuantas actuaciones persigan la reforma de las estructuras comerciales, 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) Subsana las deficiencias de infraestructura comercial.
- g) La asistencia técnica para la empresa comercial.

En la realización de tales actuaciones el Gobierno Vasco potenciará la colaboración con los ayuntamientos que posean planes municipales de orientación comercial destinados a la modernización del comercio local, así como con otras entidades públicas o privadas, suscribiendo los oportunos convenios o en la forma que resulte más adecuada a la consecución de los fines perseguidos.

2. El Gobierno realizará una actuación pública de fomento y, para ello adoptará las medidas oportunas y arbitrará los medios necesarios para impulsar, en el ámbito de las actuaciones de promoción de la competitividad comercial y en un plazo de ocho años, un plan de adaptación del comercio minorista al nuevo marco, para situar al sector en niveles de competitividad equivalentes a los de las empresas de los países con los que comparte el mercado interior de la Unión Europea.

3. El plan de adaptación del comercio minorista mencionado en el apartado 2 del presente artículo abordará materias relacionadas con:

- El desarrollo de iniciativas de modernización de la empresa comercial que redunden en una mejora de la productividad empresarial, en el incremento de la calidad y su mejora competitiva y en nuevas prestaciones y servicios destinados al consumidor.

- Procesos de adecuación empresarial, favoreciendo la innovación y la modernización tecnológica asociadas a la gestión de las distintas funciones de la empresa.

- Instrumentos de colaboración empresarial que mitiguen los efectos de la atomización del sector y el redimensionamiento de las estructuras comerciales.

- La creación de estructuras de colaboración público-privadas para el desarrollo de estrategias municipales, tanto urbanísticas como empresariales, desarrolladas a través de ejes comerciales que pongan en valor los entornos municipales como espacios de economía urbana.

- La transmisión o sucesión de la actividad.

- El análisis de impacto de género en el empleo de mujeres y hombres, tanto en el número de puestos como en las condiciones de trabajo o calidad de los empleos a crear.

4. Los ayuntamientos, en el marco de la presente Ley y de acuerdo con las directrices, programas y actuaciones contenidas en el plan de adaptación del comercio minorista, podrán aprobar y ejecutar planes de orientación comercial que concretarán, para el ámbito municipal, los objetivos a alcanzar en materia de comercio y las específicas medidas de fomento que se adopten para su consecución. Dichos planes se realizarán en colaboración con las políticas y líneas de fomento que en materia de comercio establezca el departamento de la Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco competente en este ámbito. Entre los objetivos a alcanzar se considerará prioritario garantizar el mantenimiento de la estructura de distribución comercial urbana.

Estos planes deberán acomodarse a las previsiones que los planes urbanísticos municipales contemplen en relación con el uso comercial.

Los planes tendrán una duración limitada a siete años y serán aprobados por los respectivos ayuntamientos,

previo informe, en su caso, del consejo asesor del planeamiento municipal y del consejo sectorial de comercio u órgano similar.

Cuando los planes afecten a más de un municipio, los ayuntamientos se mancomunarán y los planes de orientación comercial mancomunados deberán ser aprobados por todos los ayuntamientos concernidos.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 16](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

TITULO 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.

En tanto los ayuntamientos no adapten su planeamiento urbanístico, en todo caso antes del 28 de diciembre de 2009, a las previsiones establecidas en el artículo 13 de la presente Ley y a las contenidas en el Plan Territorial sectorial de Equipamientos Comerciales, revisado conforme a lo previsto en la disposición final tercera de esta Ley, continuará siendo de aplicación el régimen previsto en el referido artículo en la redacción dada al mismo por la Ley 7/2000, de 10 de noviembre, de modificación de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, así como las normas reglamentarias dictadas en su desarrollo.

**Notas de vigencia**

Nuevo contenido declarada vigente y modificada por [art. 17](#) de [Ley 7/2008, de 25 de junio LPV\2008\248](#).

Derogada por [disp. derog. única](#) de [Ley 7/2000, de 10 de noviembre LPV\2001\9](#).

DISPOSICION DEROGATORIA.

Queda derogada la Ley 9/1983, de 19 de mayo, y su modificación por Ley 3/1986, de 19 de febrero ([LPV 1986\741](#)). 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.

DISPOSICION FINAL.

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