

LEY 3/2005, DE ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y LAS ACTIVIDADES FERIALES DE LA RIOJA.

a) Oferta comercial y prohibición de limitar la adquisición de artículos

Los productos expuestos para la venta deberán llevar incorporados en lengua castellana cuanta información sea legalmente exigible y apropiada para el conocimiento de los mismos, los riesgos de su utilización y, en su caso, las condiciones especiales para su adquisición.

Los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que puedan ser adquiridos por cada comprador, ni establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para las compras que superen un determinado volumen.

b) De los precios

Los comerciantes tendrán libertad para fijar los precios de los productos, sin perjuicio de las limitaciones establecidas por la legislación vigente en materia de precios y márgenes comerciales y de protección de la libre competencia.

El precio de venta anunciado se entenderá como el total del producto adquirido al contado, incluido todo impuesto o gravamen que recaiga sobre él. Se hará constar precedido de las siglas P.V.P. y se expresará por unidad de medida y de forma inequívoca, fácilmente identificable y claramente legible.

Si en el marcaje del precio de un producto existiesen dos o más precios diferentes, el comerciante estará obligado a vender al precio más bajo de los exhibidos.

Los comerciantes están obligados a exhibir al público en los escaparates y vitrinas de sus establecimientos el precio de las mercancías que se encuentren expuestas al público, salvo que por motivos de seguridad, homogeneidad o por la naturaleza del producto se dicten condiciones especiales en la información de precios.

El comerciante deberá informar por escrito en su establecimiento y de forma visible de todos los medios de pago que admita, así como la posibilidad en su caso, de devolución del producto, y de las condiciones para dicha devolución, cuando se derive exclusivamente del interés o conveniencia del comprador.

c) De los horarios comerciales

El horario global en que los comercios podrán desarrollar su actividad durante el conjunto de los días laborables de la semana, en la Comunidad Autónoma de La Rioja, será como máximo de noventa horas.

El horario de apertura y cierre, dentro de los días laborables de la semana, será libremente decidido por cada comerciante, respetando siempre el límite máximo del horario global. Este horario deberá estar expuesto en sus

escaparates o en cualquier otro lugar del establecimiento legible desde le exterior.

d) De los tipos de venta

Ventas especiales

Se consideran ventas especiales aquellas no celebradas en un establecimiento comercial abierto al público de manera permanente, y especialmente las ventas a distancia, la venta ambulante, las ventas automáticas, las ventas domiciliarias y las ventas en subasta pública.

- **Ventas ambulantes o no sedentarias.**

Son ventas ambulantes o no sedentarias las realizadas fuera de un establecimiento comercial permanente en puestos o instalaciones desmontables ubicados en solares y espacios abiertos o en la vía pública, en lugares y fechas variables. Puede ser en mercados fijos, en mercados periódicos, en mercados ocasionales, en mercados de productos de venta estacional.

En todas las modalidades de venta ambulante o no sedentaria, los comerciantes deberán informar a los consumidores de la dirección donde se atenderán, en su caso, sus reclamaciones. Dicha información figurará, igualmente, en la factura o en el comprobante de venta.

- **Ventas a domicilio.**

Se consideran ventas a domicilio aquellas que se realizan en el domicilio del consumidor o en su lugar de trabajo. Se asimilan a ventas a domicilios las ventas en reuniones y las realizadas en una excursión organizada por el comerciante.

No se considerarán ventas a domicilio los repartos a domicilio de mercancías adquiridas en establecimientos permanentes ni las entregas a domicilio de mercancías basadas en la existencia de un contrato de suministro.

En ningún caso podrán venderse a domicilio bebidas ni productos alimenticios.

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

- **Ventas a distancia**

Son las celebradas sin la presencia física simultanea del comprador y del vendedor. En particular estarán incluidas aquellas que se realicen mediante pedidos sobre catálogos previamente distribuidos a los posibles compradores.

Queda prohibido enviar al consumidor o usuario artículos o mercancías no pedidas por él al comerciante, exceptuándose las muestras comerciales. Cuando esto ocurra el consumidor no estará obligado a devolver la mercancía ni podrá reclamársele el precio.

En las ventas a distancia el comprador podrá ejercer el derecho de desistimiento dentro del plazo de siete días contados desde la fecha de recepción del producto.

- **Ventas automáticas**

Es venta automática aquella en la cual el comprador adquiere la mercancía directamente de una máquina mediante la introducción del importe requerido.

En el caso de productos alimenticios, únicamente están autorizados para su venta automática los que estén envasados.

- **Ventas en pública subasta**

Son ventas en pública subasta aquellas consistentes en la oferta pública e irrevocable de un bien a los efectos de la adjudicación del producto, mediante el sistema de pujas y dentro del plazo concedido al efecto, al oferente que proponga un mejor precio en el curso de una sesión pública convocada al efecto.

Quedan fuera del ámbito de aplicación las subastas judiciales o administrativas, las que se lleven a cabo en las lonjas y lugares similares y las subastas de títulos valores.

Ventas promocionales

Se consideran ventas promocionales aquellas en las que las ofertas de productos hechas por el vendedor a los compradores se realizan en condiciones más ventajosas que las habituales. Son las ventas con obsequio, las ventas en rebajas, las ventas en liquidación, las ventas de saldo y las ventas con descuento.

Son requisitos generales:

- Cuando las ofertas especiales no comprendan, al menos la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.
- Los consumidores podrán utilizar para sus compras los mismos medios de pago que admita habitualmente el comerciante, así como exigir la contraprestación promocional que se desprenda de la oferta y de la publicidad realizada.

- Se entenderá por precio anterior o habitual, aquel que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos durante un periodo continuado de al menos treinta días, en el curso de los seis meses precedentes.
- En cada uno de los artículos que dispongan para la venta con reducción de precio, deberá constar con claridad el precio anterior junto con el precio reducido, salvo que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez. En caso de productos expuestos de forma conjunta, se podrá exhibir un solo anuncio en el que se especifique el precio anterior y el precio reducido o, en su caso, el porcentaje de descuento aplicable sobre los mismos.
- La publicidad de las ventas promocionales deberá ir acompañada de información suficiente y clara sobre las condiciones de venta, precio habitual y reducido o el porcentaje de descuento sobre el precio habitual, las características de las ofertas, de los productos que se incluyen y del periodo de vigencia de la promoción, con fechas concretas de inicio y finalización de la misma.
- La duración de la publicidad no excederá de la disponibilidad de existencias de los productos ofertados.
- El comerciante no podrá limitar el número de unidades del producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador ni aplicar precios mayores o menores descuentos a medida que sea mayor la cantidad adquirida.

- **Venta con obsequio**

Se consideran ventas con obsequio aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados productos.

- **Venta en rebajas**

Son ventas en rebajas las efectuadas por los comerciantes en determinadas épocas del año, generalmente en los cambios de estación y fin de temporada, cuando los artículos objeto de la misma se oferten, en el establecimiento donde se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado con anterioridad.

Queda prohibida la utilización de la denominación de venta en rebajas en relación con artículos deteriorados, artículos adquiridos para esta finalidad y artículos que no estuvieran dispuestos en el establecimiento para la venta al consumidor final con un mes de antelación a la fecha de inicio de la venta con rebaja.

Tanto en la publicidad como en la información ofrecida a los consumidores sobre las ventas en rebaja, se indicarán las fechas de comienzo y final de las

misma en sitio legible al público, incluso cuando los establecimientos permanezcan cerrados.

Las rebajas sólo podrán ser anunciadas por el comerciante, con 8 días de antelación como máximo al inicio de las mismas. Únicamente durante los diez últimos días de las ventas en rebaja, las empresas o establecimientos podrán utilizar expresiones publicitarias que hagan referencia concreta a la oferta final de la venta de rebajas.

En el caso de que la venta con rebaja no afecte a la totalidad de los productos comercializados los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

En el caso que se efectúe al mismo tiempo y en el mismo local ventas en rebajas y de saldos o en liquidación deberán aparecer debidamente separadas con diferenciación de los espacios dedicados a cada una de ellas y anunciarse de manera precisa y ostensible cuando se trate de venta de saldos.

- **Venta de saldos**

Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente desminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos.

No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

Tampoco cabe calificar como venta de saldos aquella en que los productos no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, excepción hecha de los establecimientos dedicados específicamente al referido sistema de venta.

La venta de saldos no podrá prolongarse una vez agotado el stock.

Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de "venta de restos".

Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible.

- **Ventas en liquidación**

Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.

Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.

Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.

Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

La duración máxima de la venta en liquidación será de tres meses, salvo en el caso de cesación total de la actividad, que será de un año.

En el curso de los tres años siguientes a la finalización de una venta en liquidación, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad, sobre productos similares a los que hubiesen sido objeto de liquidación, por cualquiera de los motivos señalados en los párrafos del artículo anterior.

Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

- **Ventas con descuento**

Se consideran ventas con descuento las que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales con objeto de conocer un nuevo producto, potenciar las ventas de los existentes o desarrollar uno o varios establecimientos.

Los productos con descuento deberán estar en las mismas condiciones que los productos que vendan a precio normal.

El comerciante deberá disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta, durante al menos un día. Si llegaran a agotarse durante la promoción las existencias de algunos de los productos ofertados, el comerciante podrá prever el compromiso de la reserva del producto seleccionado durante un plazo determinado en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el

comprador no estuviese conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de la reserva sin que el comerciante hubiese podido atender la demanda, el producto solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características.