



ÁMBITO: ESTATAL.

Ley 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

**TÍTULO I.
REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

**CAPÍTULO I.
DISPOSICIONES GENERALES.**

SECCIÓN I. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN.

Artículo 1. Objeto.

1. La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura, con el propósito de alcanzar un equilibrio entre las grandes, medianas y pequeñas empresas comerciales, mediante la ordenación y mejora de las estructuras comerciales y el diseño y aplicación de medidas de modernización, especialización y de incremento de la competencia del comercio minorista.
2. Igualmente es objeto de la presente Ley la ordenación de las relaciones entre el comercio mayorista y el minorista, así como entre éste y los consumidores, acometiendo, a tales fines, la regulación de las distintas modalidades de venta, bajo el principio constitucional de protección y defensa de los consumidores.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

1. La presente Ley será de aplicación a las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura por quienes las ejerzan, o quienes actúen por cuenta de ellos.
2. Se excluyen del ámbito de esta Ley:
 - a. El ejercicio de profesiones liberales.
 - b. La prestación de servicios bancarios o cualquier otro tipo de intermediación financiera, así como las operaciones sobre valores mobiliarios, seguros o transportes, cualquiera que sea el medio utilizado.
 - c. Los servicios de hostelería y restauración, espectáculos públicos y actividades recreativas, así como los establecimientos públicos relacionados con los mismos.
 - d. Los servicios de reparación, mantenimiento y de asistencia técnica.
 - e. Los suministros de agua, gas, electricidad y telecomunicaciones.
 - f. La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción o en los centros cooperativos de recogida de



producción.

- g. La venta realizada por artesanos de sus productos en sus propios talleres, ferias y mercados sectoriales.
- h. La venta o alquiler de bienes inmuebles, la constitución de derechos reales sobre los mismos o el aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico.
- i. Las ventas celebradas en pública subasta, que se regularán por su legislación estatal específica.
- j. Los contratos a venta a plazo de bienes muebles, que se registrarán por su legislación estatal específica.
- k. Sin perjuicio de lo establecido en esta Ley, cualquiera otra actividad comercial que se halle regulada por su normativa específica o esté sometida a control por parte de los poderes públicos.

3. Esta Ley tiene carácter supletorio para aquellas actividades comerciales reguladas por una norma especial y sin perjuicio de la aplicación subsidiaria de la normativa estatal para casos de vacío legal.

SECCIÓN II. ACTIVIDAD COMERCIAL.

Artículo 3. Actividad comercial.

1. A efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la consistente en situar u ofrecer en el mercado, por parte de personas físicas o jurídicas que cumplan las condiciones establecidas en el artículo 6 de esta Ley, tanto por cuenta propia como ajena, productos naturales o elaborados, independientemente de la modalidad o soporte empleado para su realización, en régimen de comercio minorista o mayorista.

2. La actividad comercial se ejerce bajo el principio de libertad de empresa en el marco de la economía de mercado y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 38 de la Constitución.

Artículo 4. Actividad comercial minorista.

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial de carácter minorista aquella que tiene como destinatarios a los consumidores finales.

2. Los economatos y en general cualquier tipo de establecimiento que, de acuerdo con la legislación vigente, suministren bienes o productos exclusivamente a una colectividad de empleados, no podrán en ningún caso suministrarlos al público en general, o en su caso, deberán tener efectivamente diferenciadas las zonas en que se efectúe el comercio dirigido a unos y otros.

3. Las ventas al público por las entidades cooperativas u otras formas jurídicas análogas, en los casos y con los límites que autoriza la legislación vigente en la materia, se realizarán de manera convenientemente diferenciada respecto de las operaciones efectuadas con los socios, atendiendo al lugar de distribución, la identificación de los productos y otras condiciones de la transacción, sin que pueda producirse simultáneamente la oferta discriminada a los socios cooperadores y al público en general de los productos obtenidos por la entidad y de los artículos adquiridos a terceros.



Artículo 5. Actividad comercial mayorista.

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial de carácter mayorista el ejercicio habitual de adquisición de mercancías y su venta al por mayor a otros comerciantes, empresas, entidades e instituciones o artesanos para su transformación o incorporación a sus respectivos procesos productivos, no siendo éstos consumidores finales.

2. El ejercicio de la actividad comercial mayorista de manera simultánea al minorista, dentro de un mismo establecimiento comercial, estará sometido a los preceptos de aplicación previstos en esta Ley para el comercio minorista, salvo que se realicen ambas actividades comerciales de forma inequívocamente diferenciada.

Artículo 6. Ejercicio de la actividad comercial.

Aquellas personas, físicas o jurídicas, que pretendan ejercer la actividad comercial definida en esta Ley deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a. Gozar de capacidad jurídica para el ejercicio del comercio de acuerdo con la normativa civil y mercantil del Estado.
- b. Satisfacer los tributos que, para el ejercicio de la actividad comercial de que se trate, establezca cualquier Administración Pública.
- c. Estar dados de alta en el régimen de la Seguridad Social que les corresponda.
- d. Disponer de las autorizaciones municipales correspondientes, que han de estar expuestas en el lugar donde se lleve a cabo la actividad comercial, conforme disponga esta Ley.
- e. Cumplir los requisitos establecidos por las reglamentaciones específicas que sean de aplicación a los productos dispuestos a la venta.
- f. Comunicar el inicio de la actividad en aquellos casos que sean exigibles conforme a lo establecido en la legislación básica estatal y en la presente Ley.

CAPÍTULO II. REGISTROS.

Artículo 7. Creación de Registros.

1. La Junta de Extremadura, a través de la Consejería competente en materia de comercio, llevará a cabo los estudios y trabajos de campo necesarios a fin de disponer los datos precisos para el conocimiento y valoración de las estructuras comerciales minoristas y mayoristas y de las actividades comerciales que se desarrollan en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

2. Con estos mismos fines, la Junta de Extremadura mantendrá los siguientes Registros:

- Registro de Franquiciadores.
- Registro de Venta a Distancia.
- Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial.

Artículo 8. Registro de Franquiciadores.



1. Las personas físicas o jurídicas que, teniendo su domicilio social en Extremadura, ejerzan la actividad de cesión de franquicias tanto fuera como dentro de ésta, deberán comunicarlo, a efectos de su inscripción al Registro de Franquiciadores de la Comunidad Autónoma de Extremadura, en el plazo de tres meses desde la firma de su primer contrato de franquicia.
2. Serán también inscribibles, aquellas personas físicas o jurídicas que desarrollen o pretendan desarrollar la actividad de cesión de franquicias a partir de establecimientos propios.
3. El Registro de Franquiciadores de la Comunidad Autónoma de Extremadura tiene carácter público y naturaleza administrativa, y la inscripción en el mismo será obligatoria y gratuita.

Artículo 9. Registro de Venta a Distancia.

1. Las personas físicas o jurídicas, que teniendo su domicilio social en Extremadura, ejerzan esta modalidad de venta tanto fuera como dentro de ésta, deberán comunicarlo, a efectos de su inscripción al Registro de Venta a Distancia de la Comunidad Autónoma de Extremadura, en el plazo de tres meses desde el inicio de su actividad.
2. El Registro de Venta a Distancia de la Comunidad Autónoma de Extremadura tiene carácter público y naturaleza administrativa, y la inscripción en el mismo será obligatoria y gratuita.

Artículo 10. Registro de Comerciantes Ambulantes.

Artículo 11. Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial.

1. Se crea el Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
2. Podrán inscribirse en este Registro las asociaciones sin fines de lucro, legalmente constituidas, que agrupen un número mínimo de empresas de comercio minorista y desarrollen funciones de representación, defensa y promoción de la pequeña y mediana empresa comercial, y cuya actividad se desarrolle y su domicilio social se encuentre dentro del ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
3. El Registro de Asociaciones de la Pequeña y Mediana Empresa Comercial de la Comunidad Autónoma de Extremadura tendrá carácter público y naturaleza administrativa y la inscripción en el mismo será voluntaria y gratuita.
4. La inscripción será considerada condición imprescindible para que las asociaciones accedan a cualquier convocatoria de ayudas o programas específicos desarrollados por la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
5. Reglamentariamente se establecerán los requisitos para la solicitud y concesión de la inscripción y demás normas precisas para su implantación y desarrollo.

CAPÍTULO III. VENTAS ESPECIALES.

Artículo 12. Ventas a distancia.

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del



vendedor y del comprador, transmitiéndose la oferta del primero y la aceptación del segundo a través de cualquier medio de comunicación a distancia.

2. En particular, estarán incluidas en este concepto las ventas por teléfono, por correspondencia, ya sean mediante envío postal, por catálogo, a través de impresos o por anuncios en prensa y las ventas ofertadas por televisión, así como las realizadas por medios electrónicos, conforme a lo señalado en el artículo siguiente.

3. A los efectos de esta Ley no tendrán la consideración de venta a distancia:

- a. La venta automática.
- b. Los contratos celebrados con los operadores de comunicaciones que tengan por objeto la utilización de teléfonos públicos.
- c. Los contratos celebrados para la construcción y venta de bienes inmuebles y aquellos que se refieran a otros derechos relativos a bienes inmuebles.
- d. Los contratos celebrados en subastas.

4. Todas las ofertas de venta a distancia incluirán:

- a. La identidad del vendedor, el domicilio del mismo, el número de inscripción en el Registro de Empresas de Venta a Distancia y cualquier dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.
- b. El producto que se ofrece, una descripción del mismo 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, diferenciando el precio de venta de los impuestos aplicables, y, en su caso, los gastos de envío, así como el plazo de validez de la oferta y el sistema de reembolso o pago.
- d. El coste de la utilización del medio de comunicación a distancia cuando se calcule sobre una base distinta de la tarifa básica.
- e. El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto objeto de la transacción, desde el momento de la recepción del pedido.
- f. Las modalidades de aplicación del derecho de desistimiento con arreglo a las condiciones establecidas con carácter general.

5. Antes de la ejecución del contrato de venta a distancia, el comprador deberá haber recibido información escrita de los datos referidos en el apartado anterior.

6. Las ofertas realizadas en esta modalidad de venta vincularán al oferente durante el plazo establecido en la misma, perfeccionándose el contrato desde que el comprador conteste aceptando la oferta.

7. Lo dispuesto en los apartados 4 y 5 de este artículo no será de aplicación a los contratos de suministro de productos alimenticios, de bebidas o de otros bienes del hogar de consumo corriente entregados en el domicilio del consumidor, en su residencia o en su lugar de trabajo.

8. Para el ejercicio de la venta a distancia se requerirán, además de los requisitos generales para ejercer la actividad comercial, los siguientes:



- a.
- b. Llevar y tener a disposición de las autoridades competentes una relación actualizada de los productos que se comercializan y de las ofertas, así como de los centros de distribución y de recepción de pedidos.
- c. Tener los almacenes donde se encuentren los productos en las debidas condiciones según lo establecido en la legislación vigente.

Artículo 13. Comercio electrónico.

1. Se considera comercio electrónico la modalidad de venta a distancia basada en la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones.
2. Las comunicaciones que, dentro del ámbito de aplicación de esta Ley, se realicen a través de un medio electrónico deberán identificarse claramente como comerciales.
3. Las empresas que ejerzan la actividad de comercio electrónico:
 - a. deberán disponer de los sistemas adecuados para que el comprador pueda almacenar y reproducir los datos relativos a las condiciones aplicables a la transacción comercial;
 - b. deberán disponer los medios técnicos para identificar y corregir los errores de introducción de datos antes de efectuar el pedido, así como para comunicarle la aceptación de éste;
 - c. deberán acreditar que disponen de sistemas apropiados para registrar a los titulares de cuentas de correo electrónico que no deseen recibir comunicaciones comerciales.
4. Las ventas celebradas por vía electrónica tendrán plena validez y sus efectos serán los mismos que los previstos con carácter general para la modalidad de venta a distancia, sin perjuicio de lo establecido en la normativa estatal sobre contratación telefónica o electrónica con condiciones generales de contratación.

Artículo 14. Venta no sedentaria o ambulante.

1. Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados y en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda.
 2. Corresponderá a los Ayuntamientos la delimitación de los emplazamientos autorizados para el ejercicio de la actividad de venta ambulante, así como los días y horas en los que pueda desarrollarse la venta ambulante.
 3. Corresponderá a los Ayuntamientos otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante en sus respectivos términos municipales, de acuerdo con sus normas específicas y las contenidas en la legislación vigente. Toda la información que se recoja en esta autorización deberá figurar expuesta al público de manera clara y legible.
 4. Dichas autorizaciones deberán ser concedidas por el plazo mínimo que permita la amortización de las inversiones y una remuneración equitativa de los capitales invertidos.
- Reglamentariamente será la Junta de Extremadura quien establecerá los plazos máximos y



mínimos a los que estarán sometidas las mismas y sus condiciones de transmisibilidad.

5. Con arreglo a la normativa de régimen local reguladora de esta actividad comercial, los Ayuntamientos ejercerán las funciones de vigilancia, control e inspección de esta modalidad de venta y, en particular, sobre los siguientes extremos:

- a. Comprobación del origen e identidad de los productos comercializados.
- b. Condiciones higiénico-sanitarias de los artículos puestos a la venta.
- c. Cumplimiento de la normativa sobre precios, etiquetado, presentación y publicidad de los productos.
- d. Seguridad del recinto y otros aspectos relacionados con policía de mercados.
- e. Régimen de autorización.

Todo ello, sin perjuicio de las facultades en orden a la inspección y sanción que corresponden a la Consejería con competencias en materia de comercio y las de la Consejería competente en materia de consumo.

6. Las Administraciones Locales comunicarán anualmente, a la Consejería competente en materia de comercio, las autorizaciones y cancelaciones que otorguen, para el ejercicio de la venta ambulante, dentro de su ámbito territorial.

Artículo 15. Venta domiciliaria.

1. Se considera venta domiciliaria la realizada con presencia física del comprador y del vendedor, o de los empleados o agentes de éste, en el domicilio del comprador, en su residencia, en lugares de ocio o reunión o en su lugar de trabajo.
2. Tendrán igualmente la consideración de venta domiciliaria, las denominadas ventas en reunión de un grupo de personas convocadas por una de ellas o por el propio vendedor.
3. No se considera venta a domicilio la entrega de productos o mercancías previamente adquiridos en establecimientos comerciales.
4. El vendedor deberá mostrar al comprador la documentación que acredite su condición, identificando la empresa que representa y los productos que está autorizado a ofrecer.
5. La publicidad de la oferta que deberá ser entregada al consumidor incluirá:
 - a. La identificación y domicilio de la empresa.
 - b. El producto que se ofrece, una descripción del mismo 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, diferenciando el precio de venta de los impuestos aplicables, y, en su caso, los gastos de envío, así como el plazo de validez de la oferta y el sistema de reembolso o pago.
6. Sin perjuicio de lo anterior, de acuerdo con lo establecido en la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre Contratos celebrados Fuera de Establecimientos Mercantiles, el contrato u oferta contractual deberá especificar en caracteres destacados e inmediatamente encima del lugar reservado para la firma del consumidor, una referencia clara y precisa al derecho de éste a revocar el consentimiento otorgado y a los requisitos y consecuencias de su



ejercicio, en especial, que puede ejercitarse hasta pasados 7 días desde la recepción, que no es necesario alegar causa alguna y que no está sujeta a forma alguna, incumbiendo la prueba de la existencia del contrato al consumidor.

Artículo 16. Venta automática.

1. Es venta automática la forma de distribución detallista, en la cual se pone a disposición del consumidor el producto o servicio para que éste adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

2. Los distintos modelos de máquinas para la venta automática deberán ser objeto de previa homologación por la Consejería competente en razón de la materia.

3. En todas las máquinas de venta deberá figurar con claridad cuál es el producto que expenden, su precio, tipo de monedas que admiten, instrucciones para la obtención del producto deseado, datos de homologación del aparato según modelo de la máquina, identidad del oferente y número de inscripción en el correspondiente Registro, así como una dirección y teléfono donde se atenderán las reclamaciones.

CAPÍTULO IV. MODALIDADES DE VENTAS.

SECCIÓN I. VENTAS PROMOCIONALES.

Artículo 17. Concepto.

1. Se considera como venta promocional la actividad comercial de oferta y realización de venta en condiciones más ventajosas para los compradores que las habituales.

2. Tendrán la consideración de ventas promocionales, las ventas en rebajas, ventas en liquidación, ventas de saldos, ventas con obsequio, ventas a precio reducido y ventas con descuento preferencial.

Artículo 18. Requisitos generales.

1. Los productos ofertados en cualquiera de las modalidades de venta en promoción deberán tener las mismas características, salvo lo que se establece en esta Ley en la modalidad de venta de saldo y someterse a las mismas condiciones contractuales, en especial, en lo referente a los medios de pago, que las existentes con anterioridad al período de vigencia de la actividad promocional.

No obstante, de no admitirse algún medio de pago durante el período de promoción, deberá publicitarse expresamente esta circunstancia con idénticas dimensiones y en el mismo lugar en el que se anunciará la aceptación de los diversos medios de pago.

2. Las ventas promocionales deberán ir precedidas o acompañadas de información al comprador que, como mínimo, contendrá el producto objeto de promoción, sus características, el precio y las fechas de inicio y término de la oferta.

3. El comerciante deberá disponer de existencias suficientes de los productos ofertados para satisfacer la demanda previsible, salvo que se trate de una venta en liquidación, de saldos o de una promoción limitada en número.

En las restantes modalidades de ventas en promoción, si las existencias de alguno de los



productos ofertados llegarán a agotarse durante ésta, el comerciante, a demanda del comprador, deberá efectuar la reserva del producto seleccionado en las mismas condiciones imperantes en la oferta. Transcurridos dos meses desde la reserva, si el producto no estuviera aún disponible deberá ser sustituido por otros de similares características.

Sólo en el caso de venta en promoción limitada en número podrá restringirse el número de unidades del producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador.

4. Cuando la venta promocional no comprenda, al menos, la mitad de los productos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.

5. Siempre que exista coincidencia entre la puesta a disposición del comprador de productos en promoción y de productos fuera de ésta, deberán figurar perfectamente separados e identificados.

Igualmente, si dentro de un mismo establecimiento, existen productos ofertados bajo las distintas modalidades de venta en promoción reguladas en la presente Ley, deberán diferenciarse claramente aquellos que se encuentran incluidos bajo una u otra modalidad.

6. Los establecimientos comerciales ubicados en la Comunidad Autónoma de Extremadura, no podrán efectuar ventas promocionales, en la modalidad de precio reducido, incluidas las ventas con descuento preferencial, durante el mes inmediatamente anterior a los periodos de rebajas, cuando, atendiendo a la finalidad de la promoción, características y número de los productos que ofertan, puedan ser conceptuadas dentro de la definición de rebajas.

Artículo 19. Información del precio de promoción.

1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido.

2. Se considera precio anterior el precio mínimo, entendiéndose como tal el menor de los precios con los que se haya ofertado el mismo artículo durante los treinta días anteriores al inicio del periodo promocional.

3. En el caso de productos alimenticios perecederos, el precio anterior será el aplicado el día inmediatamente anterior al de inicio del período promocional.

4. En el caso de que el producto en promoción sea puesto a la venta por primera vez, junto al precio de oferta figurará el precio futuro, entendiéndose por tal el precio existente el día inmediatamente posterior al de finalización de la promoción, siempre que el mismo se mantenga, al menos, durante los 30 días siguientes a esta fecha.

5. Cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto homogéneo de artículos bastará con el anuncio genérico de éste, sin necesidad de que conste el precio reducido en cada artículo ofertado, siempre que queden manifiestamente claro los productos incluidos en la oferta.

Artículo 20. Venta en rebajas.

1. Se considera venta en rebajas aquella en la que los comerciantes ofrecen, en el mismo



establecimiento en el que ejercen habitualmente su actividad comercial, una reducción de precios en sus productos, con una finalidad primordialmente extintiva de las existencias de campaña.

2. Los productos o servicios ofrecidos en venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual de ventas, no podrán estar deteriorados, ni haber sido adquiridos específicamente con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

3. Las ventas en rebajas sólo podrán realizarse en el territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura en dos temporadas anuales, una iniciada a principios de año y la otra coincidiendo con el periodo estival de vacaciones.

4. Anualmente, la Consejería competente en materia de comercio, a propuesta del Consejo de Comercio previsto en la presente Ley, determinará los dos periodos concretos en que puedan realizarse las ventas en rebajas, sin que ninguno de ellos pueda exceder de dos meses. Dentro de éstos, cada comerciante, con una duración mínima no inferior a una semana, podrá fijar libremente la extensión de las mismas.

5. Las rebajas podrán ser anunciadas con siete días de antelación como máximo. Las fechas de rebajas deberán exhibirse al público en los establecimientos comerciales en sitio visible, incluso cuando permanezcan cerrados.

6. No podrán calificarse como rebajas las promociones que afecten a artículos que se hayan ofertado como saldos de forma ocasional o permanente.

Artículo 21. Venta de saldos.

1. Se consideran ventas de saldos aquéllas que tienen por objeto productos cuyo valor de mercado se encuentra manifiestamente disminuido como consecuencia de su deterioro, desperfecto, desuso, obsolescencia o pérdida de actualidad, no pudiendo consistir en la venta de productos que impliquen riesgo de cualquier naturaleza, fraude o engaño al comprador, ni la de aquéllos que no se vendan realmente por precio inferior al habitual.

Entra dentro de esta modalidad, con independencia de la denominación comercial del establecimiento donde se efectúe, la venta a precios reducidos de restos de fábrica.

2. Los comerciantes podrán realizar esta actividad de forma permanente u ocasional. En este último supuesto los productos ofertados deberán haber formado parte de las existencias del vendedor.

3. Únicamente los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como tales.

4. La publicidad de la venta de saldos deberá ir acompañada de información suficiente sobre las concretas circunstancias que la motivan y las ventajas de precio que suponen.

Artículo 22. Venta en liquidación.

1. Se entiende por venta en liquidación aquella de carácter excepcional y finalidad extintiva realizada por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél, en la que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- a. El cese total o parcial de la actividad comercial, indicando en el segundo caso la clase de mercancías objeto de la liquidación.



- b. El cambio de la actividad, orientación o estructura del negocio.
- c. Cambio de local o reforma del mismo que conlleve cierre temporal o definitivo del establecimiento.
- d. En el supuesto de caso fortuito o fuerza mayor que impida el ejercicio normal de la actividad comercial.
- e. La ejecución de una resolución judicial, arbitral o administrativa de la que se derive cualquiera de las circunstancias anteriores.

2. La venta en liquidación habrá de realizarse en el mismo establecimiento en que los productos hayan sido habitualmente objeto de venta, salvo en caso de fuerza mayor y de cierre inminente del local. En todo caso, esta modalidad de venta se deberá cesar cuando lo hagan las circunstancias que la justifican conforme al apartado 1 de este artículo.

3. La duración máxima de la venta en liquidación será la establecida en la legislación estatal sobre ordenación del comercio minorista.

4. La duración de la venta por liquidación en el supuesto previsto en el apartado 1.c anterior deberá estar debidamente justificada y ser proporcional y acorde con las circunstancias que la motivaron, sin que pueda superarse el plazo máximo general de tres meses.

5. La venta en liquidación se limitará a los artículos que formen parte de las existencias del establecimiento, incluso los que estuviesen en su poder en estimación o pedidos anteriores que esté obligado a recibir. En todo caso, los productos en liquidación no podrán haber sido adquiridos por el comerciante con esa finalidad.

6. La venta en liquidación deberá anunciarse con esa denominación indicando la causa de ésta.

Artículo 23. Ventas con promoción limitada en número.

Artículo 24. Ventas con precio reducido.

1. Se consideran ventas con precio reducido aquellas en las que los productos se ofrecen a un precio inferior al precio anterior exigido por el comerciante, ya sea a través de un determinado descuento porcentual o de una reducción directa sobre el mismo, con el fin de regularizar existencias, incrementar las ventas, promocionar sus productos o un determinado establecimiento.

2. En el caso de que la promoción sea presentada mediante la entrega de dos o más unidades de producto por un precio global inferior al que correspondiera, antes de la reducción del precio, al número total de unidades incluidas en la oferta, el comerciante estará obligado a anunciar el precio anterior y el precio reducido por unidad de producto.

3. Cuando se trate de una promoción limitada a un número de unidades de uno o varios artículos, el comerciante habrá de informar claramente sobre el número total de unidades objeto de la promoción en el establecimiento comercial y deberá tener en existencias la cantidad de artículos anunciada en la oferta. Asimismo deberá informar de manera expresa al comprador sobre la existencia de restricciones en el número de unidades promocionadas que pudiera adquirir.

Artículo 25. Venta con obsequio.



1. 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.

Cuando se trate de la celebración de un sorteo será de aplicación lo dispuesto en el artículo 15 de la Ley 6/1998, de 18 de junio, del Juego de Extremadura.

2. Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, serán de estricto cumplimiento por quien hace la venta y deberán constar en el envoltorio o envase de que se trate o, en su defecto, constar en acta notarial con anterioridad al inicio de la promoción, siendo obligatoria la publicación de los ganadores en un medio de difusión apropiado al ámbito de la promoción.

Si el alcance de la promoción superase el ámbito local o el provincial, la relación de los ganadores deberá ser publicitada en un medio de comunicación provincial o regional, respectivamente.

Estarán exoneradas de este deber aquellas promociones que superen el ámbito regional, que se regularán por la normativa estatal correspondiente.

3. Cuando un comerciante comunique a un comprador que ha sido favorecido por sorteo con un premio, no podrá condicionar directa o indirectamente su entrega a la compra de otros productos.

Además, dicho premio deberá entregarse al beneficiario en un plazo de tres meses, a contar desde que éste reúna los requisitos exigidos en las bases de la promoción.

Artículo 25 bis. Venta con descuento preferencial.

Se considera venta con descuento preferencial aquellas efectuadas a clientes por el uso de tarjetas u otros medios de fidelización, en forma de descuentos, premios u otro tipo de ventajas o incentivos a la compra.

No será de aplicación la limitación prevista en el artículo 18.6 para aquellas reducciones de precios que sean consecuencia de la bonificación obtenida por compras efectuadas con anterioridad al inicio de la promoción.

SECCIÓN II. VENTAS PROHIBIDAS.

Artículo 26. Venta con pérdida.

1. Queda expresamente prohibida la oferta y realización de venta con pérdida en el ámbito de aplicación de esta Ley sin perjuicio de las excepciones que establece la normativa estatal sobre la materia.

2. Existirá venta con pérdida cuando un producto es ofrecido a un precio inferior al de compra, o bien al de reposición si este fuera más bajo que el primero.

3. Se entiende por precio de compra o de reposición para el comerciante, el que resulta de deducir del precio unitario de factura los descuentos hechos por el proveedor y añadir los impuestos aplicables al producto objeto de venta, siempre que todas esas cantidades figuren en la factura.

4. Si el que vende al consumidor es el mismo fabricante, o si se trata de evaluar la prestación de un servicio complementario de la venta, el precio equivalente al de compra



será el coste de fabricación.

5. Las reducciones del precio de adquisición o de reposición que no estén en la factura o que representen contraprestaciones por determinados servicios prestados por los detallistas no formarán parte del precio unitario de factura.

6. Las facturas deberán estar en poder de los comerciantes antes de que se cumplan treinta días desde la fecha de entrega y recepción de la mercancía.

7. No se tendrán en consideración las modificaciones de las condiciones de venta realizadas mediante facturas rectificadas.

No obstante lo anterior, el comerciante podrá reparar la factura original en un plazo de tiempo no superior a veinticinco días desde su remisión. En tal caso, el emisor dispondrá de un plazo de 10 días más para la subsanación y remisión de la factura rectificada.

8. Lo previsto en el presente artículo no será de aplicación a las ventas de saldos y ventas en liquidación, así como a los productos perecederos próximos a su inutilización.

Artículo 27. Venta en pirámide.

1. Queda expresamente prohibida la venta en pirámide.

2. Se considera venta en pirámide cualquier tipo de venta en la que se ofrece a los compradores productos a precio reducido, o incluso gratuitos, a condición de que estos consigan directa o indirectamente otros compradores o un determinado volumen de venta.

CAPÍTULO V. HORARIOS COMERCIALES.

SECCIÓN I. ESTABLECIMIENTOS CON RÉGIMEN GENERAL DE HORARIOS.

Artículo 28. Horario en días laborables.

1. El horario global dentro del cual los establecimientos comerciales minoristas establecidos en Extremadura podrán desarrollar su actividad, durante los días laborables de la semana, no podrá exceder de setenta y dos horas.

2.

3. El horario de apertura y cierre será libremente acordado por cada comerciante respetando, en todo caso, los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral.

Artículo 29. Publicidad de horarios.

En todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información del calendario laboral y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando estén cerrados.

Artículo 30. Actividad en domingos y festivos.

1. Los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial minorista, excepto para los establecimientos indicados en el artículo 31.

2. No obstante lo anterior, la Consejería competente en materia de comercio, a propuesta



del Consejo de Comercio previsto en la presente Ley, determinará, antes del 15 de noviembre de cada año, los domingos y festivos en los que, con un máximo de seis días al año, los establecimientos comerciales minoristas podrán permanecer abiertos al público en el año siguiente.

3. En el caso de que, en un periodo de cuatro días, se sucedan un domingo y dos festivos, uno de éstos será obligatoriamente determinado como día autorizado para la apertura de los establecimientos comerciales, dentro del máximo establecido en el apartado anterior.

4. Además de los días que se determinen conforme al apartado 2, las Corporaciones Locales, por acuerdo del órgano correspondiente y previa notificación a la Consejería competente en materia de comercio antes del 15 de diciembre del año anterior, podrán determinar, a su criterio y conveniencia, dos domingos o festivos hábiles para la actividad comercial.

A falta de notificación se entenderá como tales, para cada municipio, las dos fiestas locales determinadas anualmente por el Calendario Laboral Oficial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

5. En ningún caso, podrán ser autorizados para la apertura de los establecimientos comerciales, con excepción de los indicados en el artículo 31, los siguientes festivos: 1 de enero, 1 de mayo, 8 de septiembre y 25 de diciembre.

6. El horario en domingos y festivos no excederá, en todo caso, de doce horas diarias.

SECCIÓN II. ESTABLECIMIENTOS EXCEPTUADOS DEL RÉGIMEN GENERAL DE HORARIOS.

Artículo 31. Establecimientos con libertad horaria.

1. Tendrán plena libertad para establecer los días y horas en que permanecerán abiertos al público, los establecimientos comerciales de la región extremeña dedicados a:

- a. La venta de pastelería, repostería, pan y platos preparados, prensa, combustibles y carburantes y floristería y plantas, así como los instalados en puestos fronterizos de la región, en las estaciones de transporte terrestre y en los aeropuertos.
- b. La venta exclusiva de productos culturales, entendiéndose como tales los libros en soporte escrito o informático, la música de cualquier formato, periódicos, revistas, instrumentos musicales, cintas de vídeo, sellos, monedas, medallas conmemorativas, billetes para coleccionistas, artículos de dibujo y bellas artes, obras de arte, antigüedades, recuerdos y de artesanía popular, así como todos aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales.

2. También tendrán plena libertad horaria, las tiendas de conveniencia, entendiéndose como tales aquellas que, con una extensión útil no superior a 500 metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos y videos, juguetes, regalos y artículos varios.

En todo caso, la oferta alimentaria no podrá representar más del 40% del surtido, medido en número de referencia, ni ocupar más del 35% de espacio de venta medido en metros



lineales, debiendo limitar la venta de bebidas alcohólicas a lo dispuesto en el artículo 34.

3. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos de venta de reducida dimensión distintos de los indicados en los apartados anteriores, que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 metros cuadrados.

Artículo 32. Zonas de afluencia turística.

1. Tendrán la consideración de zonas de afluencia turística, a los efectos de esta Ley, los núcleos de población, independientemente de su adscripción municipal, en los que en determinados períodos del año, la media ponderada de la población sea significativamente superior al número de residentes o en los que tenga lugar una gran afluencia de visitantes por motivos turísticos.

2. En estas zonas, los establecimientos comerciales minoristas tendrán plena libertad de apertura al público.

3. La determinación de una zona de afluencia turística se llevará a cabo a petición del Ayuntamiento directamente afectado, tras acuerdo del Pleno, a propuesta de las asociaciones de comerciantes de la zona, oído el Consejo de Comercio de Extremadura y la Consejería competente en materia de turismo.

Artículo 33. Limitación de apertura a los grupos de distribución.

1. El régimen de libertad horaria contemplado en el apartado 3 del artículo 31 no será de aplicación a los establecimientos comerciales pertenecientes a grupos de distribución.

2. A efectos de esta Ley, se considera que pertenecen a un grupo de distribución los establecimientos comerciales que se hallen en alguna de las siguientes circunstancias:

- a. Que sean propiedad de empresas que se encuentren respecto a otras en cualquiera de las situaciones de dominio o dependencia que enumeran el artículo 42 del Código de Comercio y el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.
- b. Que sean propiedad de empresas que operen bajo una unidad de decisión y gestión y obliguen a desarrollar una estrategia comercial conjunta bajo una enseña común, ya sea en régimen directo o franquiciado.

3. No obstante, los establecimientos comerciales pertenecientes a grupos de distribución se asimilarán a los que disfruten de plena libertad horaria cuando dichos grupos tengan la consideración de pequeña y mediana empresa comercial según la legislación vigente.

SECCIÓN III. ESTABLECIMIENTOS CON VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Artículo 34. Limitación de venta de bebidas alcohólicas.

En lo referente a la limitación de venta de bebidas alcohólicas, se estará a lo dispuesto en la Ley 2/2003, de 13 de marzo, de la Convivencia y el Ocio de Extremadura.