

Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



**Agencia de
Desarrollo Económico
de La Rioja**

Cámara
La Rioja



Guía práctica de la ley de **Actividad Comercial** en **La Rioja**

Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



**Agencia de
Desarrollo Económico
de La Rioja**

Cámara
La Rioja





Título:

Guía práctica de la ley de Actividad Comercial en La Rioja

Promueve y edita:

Comisión de desarrollo regional del comercio de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja con la colaboración de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja

Coordinación Técnica:

Juan Donaire, Dirección de Comunicación y Publicaciones de la Cámara de Comercio.

Promociona y distribuye:

Cámara de Comercio e Industria de La Rioja
Portales, 12 - 26001 Logroño
Tel. 941 248 500 - Fax: 941 239 965
camara@camararioja.com

Diseño y maquetación:


Nueva Imagen Publicidad

Imprime:

Gráficas Ochoa

Depósito legal:

LR-60-2007

A black and white photograph of a person in a suit and tie, holding a shopping bag and a document. The person is looking down at the document. The background is a blurred indoor setting with a window showing a grid pattern.

GUÍA PRÁCTICA de la ley 3/2005, de 14 de marzo de ordenación
de la **Actividad comercial y Actividades feriales**
en la COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA RIOJA



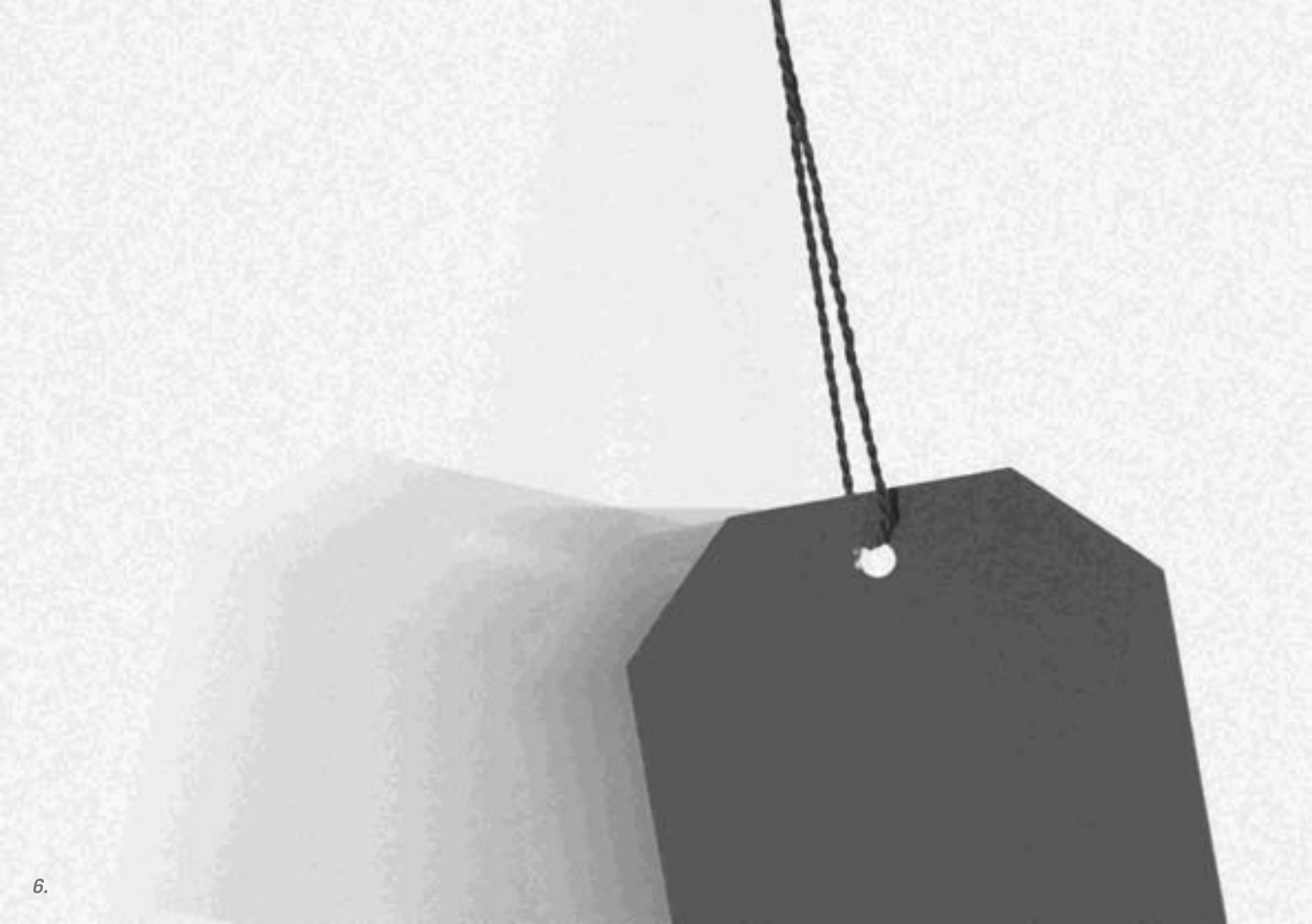


El comercio es uno de los sectores económicos de La Rioja que presentan mayor dinamismo. La actividad comercial atañe a todos los ciudadanos, como consumidores que somos. De ahí que también sea interesante conocer, siquiera someramente, qué normativa establece las pautas en que esta actividad debe desarrollarse para actuar de forma correcta y equilibrada. En La Rioja, desde 2005 está en vigor la Ley de Ordenación de la actividad comercial y las actividades feriales, cuyo objetivo es fomentar, ordenar y modernizar la actividad comercial en nuestra Comunidad.

Con la publicación de este texto, el Gobierno de La Rioja dio un paso más en el conjunto de medidas destinadas a impulsar un sector estratégico en nuestro tejido económico. Y es que junto a la Ley, en los últimos años se ha puesto en marcha el Plan Estratégico del Comercio y se han propiciado múltiples encuentros de todos los sectores sociales relacionados con esta actividad para, entre todos, continuar defendiendo un modelo equilibrado y con el interés general de los consumidores como principal objetivo. Así, el Consejo Riojano de Comercio, constituido a finales de 2006, se erige como el fundamental órgano consultivo en materia de comercio. Por otra parte, el Plan de Equipamientos Comerciales establecerá los criterios para lograr un nivel adecuado de equipamiento comercial y su correcta distribución territorial, así como satisfacer las necesidades de los consumidores, protegiendo sus legítimos intereses.

En definitiva, una Ley que a todos interesa y que todos debemos tener presente para ejercer con garantías nuestros derechos.

*Javier Erro Urrutia
Consejero de Agricultura y Desarrollo Económico*





Estimado comerciante:

La Cámara de Comercio e Industria de La Rioja siempre ha sido perseverante a la hora de reivindicar la existencia de una normativa reguladora del desarrollo de la actividad comercial adecuada a la estructura comercial de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

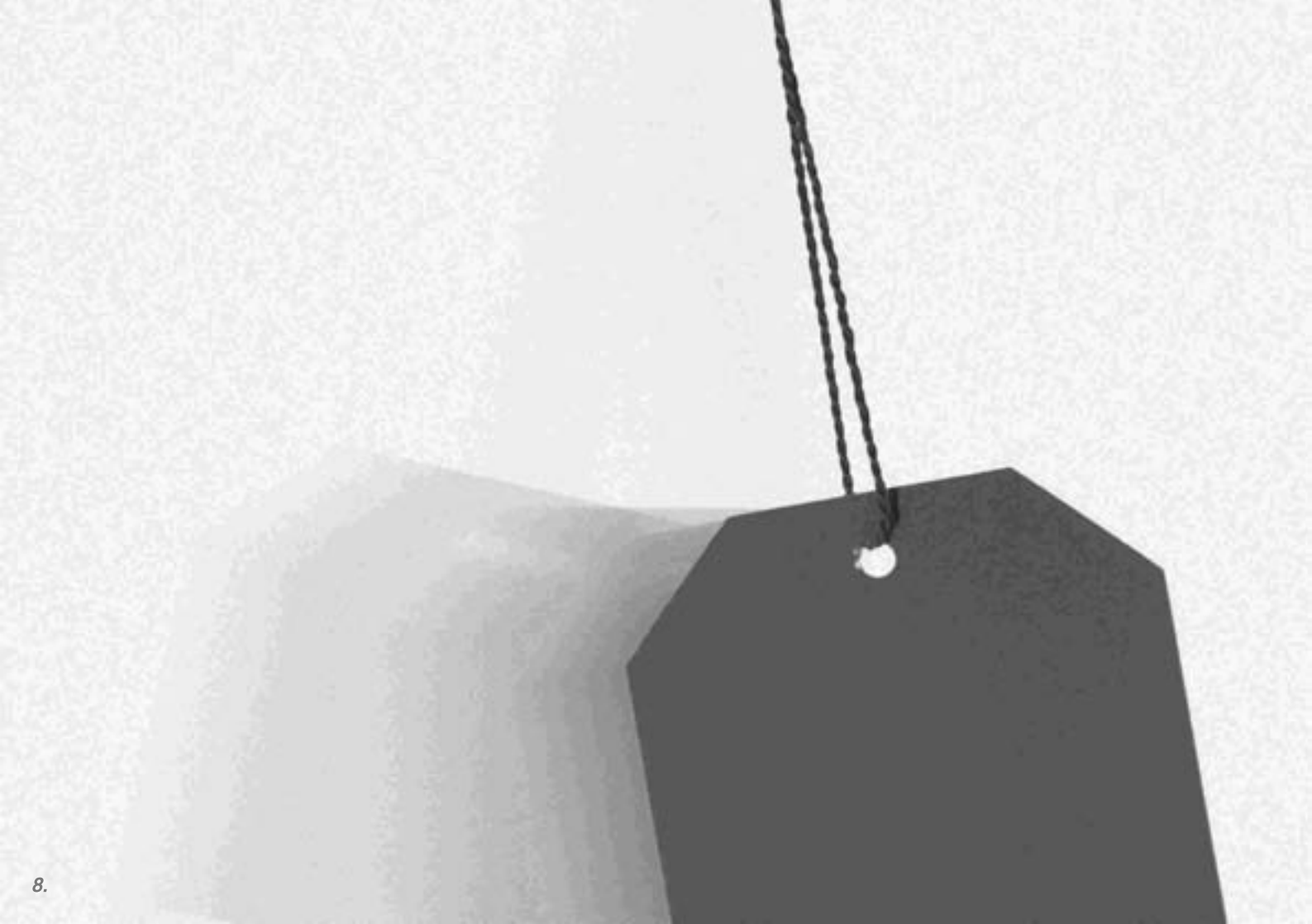
Desde que en 1999, nuestra región asumiera las competencias exclusivas en materia de Comercio Interior, la Cámara ha insistido en el desarrollo de las mismas a través de una legislación a la medida de un sector comercial que en nuestro territorio goza de una potente e indiscutible trascendencia económica.

Así, finalmente, en 2005 se aprobaba la Ley 3/2005 de ordenación de la actividad comercial y las actividades feriales en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Dicha ley, procura un marco legal adecuado de la actividad comercial, desarrollando los aspectos fundamentales para el ejercicio de la misma adecuándola en gran medida a nuestra realidad.

No obstante, las normas legales, cuando llegan a nuestras manos pueden resultar difíciles en su consulta. Por ello, la Cámara ha elaborado este documento que pensamos podrá contribuir a la resolución de posibles dudas que se puedan producir en el desarrollo de la actividad comercial. De ahí que el texto disponga de un 'índice conceptual' que facilita en gran medida la consulta de términos.

El texto que tienes en tus manos es fruto de una intensa labor que se ha desarrollado desde la Cámara de Comercio para facilitarte como empresario comercial un instrumento de conocimiento y trabajo. No obstante te invito a que, ante cualquier duda, sigas manteniendo una relación directa y personalizada con el departamento de Desarrollo Regional del Comercio de vuestra Corporación.

José María Ruiz-Alejos Herrero
Presidente Cámara Oficial de Comercio e Industria
de La Rioja



ÍNDICE



	<i>pág.</i>
DISPOSICIONES GENERALES /	10.
RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL /	12.
EQUIPAMIENTOS COMERCIALES /	18.
MODALIDADES ESPECÍFICAS DE VENTA /	21.
ACTUACIÓN PÚBLICA SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL /	29.
ÍNDICE CONCEPTUAL /	34.

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES /

Objeto y ámbito de aplicación



Objeto de la Ley	Es la regulación de la actividad comercial y actividades feriales en la Comunidad Autónoma de La Rioja, con la finalidad de fomentar, ordenar y modernizar la actividad comercial.
Ámbito de aplicación	<p>Están sometidas a la Ley:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Las personas físicas o jurídicas que de forma habitual, realicen actividades de mediación entre producción y consumo. -Los artesanos, por la venta de productos realizados en su propio taller. -Las entidades organizadoras de actividades feriales y manifestaciones organizadas por las mismas. <p>Estarán excluidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Actividades comerciales que por su objeto o naturaleza, estén reguladas por normativa específica. <p>La Ley tiene carácter supletorio, para aquellas actividades comerciales y feriales que están reguladas por una normativa específica.</p>
	<p><i>Actividad Comercial</i></p>
Concepto de actividad comercial	La desarrollada por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas que actúen tanto por cuenta propia como ajena, poniendo a disposición de consumidores y usuarios, productos susceptible de tráfico comercial.
Actividad comercial mayorista	<p>Definición. Ejercicio habitual de adquisición de productos, para su venta a otros comerciantes mayoristas o minoristas. La venta, no debe ir dirigida a consumidores finales.</p> <p>Prohibición. No se podrán ejercer simultáneamente las actividades mayorista y minorista,</p> <p>Excepción. Sólo se podrán ejercer las actividades, (mayorista y minorista), cuando estén debidamente diferenciadas cada una de las actividades, cumpliendo las normas aplicables a cada modalidad de actividad.</p>
Actividad comercial minorista	<p>Definición. Ejercicio profesional con ánimo de lucro, cuya actividad vaya dirigida a adquirir productos para su venta al consumidor final.</p> <p>Requisitos. Salvo en casos especiales, la actividad tendrá que ser desarrollada en establecimientos fijos o permanentes, cualquiera que sea el método de venta admitido en la práctica comercial.</p>
Prohibiciones y restricciones	<p>Prohibiciones. No podrán ejercer la actividad comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Personas físicas o jurídicas, a las que específicamente lo prohíba la normativa vigente. -Aquellas otras actividades, cuya normativa específica les exija dedicación exclusiva en la actividad que desarrollan. <p>Prohibición expresa. Exposición y venta de productos, cuando provengan de personas cuya actividad sea diferente a la comercial y, como consecuencia de la actividad que le es propia, tengan como finalidad principal la realización de préstamos, depósitos u operaciones similares.</p>

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES /

Objeto y ámbito de aplicación

Cooperativas de consumidores y usuarios	Las Cooperativas de Consumo u otras que suministren bienes y servicios a sus socios, limitarán su oferta a ellos. Si la venta se amplía a otros consumidores, estarán obligadas a diferenciar la oferta dirigida a los socios de la dirigida al público en general.
Economatos	Los Economatos y en general, cualquier tipo de establecimiento que de acuerdo con la legislación vigente suministre productos exclusivamente a una colectividad de empleados, (y reciban ayudas o subvenciones para sus fines), no podrán suministrar al público en general. Excepción. Podrán suministrar al público en general, cuando estén diferenciadas la zona de ventas a empleados, de la del público en general
<h2>TÍTULO II. RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL /</h2> <h3><i>Ejercicio de la actividad comercial</i></h3>	
Principios aplicables al ejercicio de la actividad comercial	La actividad comercial se desarrollará en base a los siguientes principios: -Libertad de empresa. -Libre competencia y exigencias de la economía general. -En el marco de la Economía de Mercado. -Conforme a la legislación vigente en la materia.
Obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio	<p>En general: -Estar dado de alta en el Impuesto de Actividades Económicas, y al corriente del pago, en su caso. -Inscripción en el Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja. -Satisfacer todos los tributos que se establezcan por cualquier Administración, para el ejercicio de la actividad. -Estar dado de alta en el Régimen de la Seguridad Social, estando al corriente de las cotizaciones. -Disponer de las autorizaciones autonómicas y municipales correspondientes y vigentes, en el lugar donde se ejerza la actividad comercial.</p> <p>Para ventas a distancia, venta a domicilio, venta automática y venta en pública subasta: -Autorización de la Dirección General competente en materia de Comercio Interior, en los términos que se establezcan reglamentariamente.</p> <p>Para venta ambulante. Los Ayuntamientos otorgarán autorización en sus respectivos términos municipales, teniendo en cuenta el nivel de equipamiento comercial existente.</p> <p>Prestación de garantías para el ejercicio de algunas modalidades de venta. Cuando la Administración competente autorice las modalidades de venta anteriores, podrá condicionar su ejercicio a la prestación de garantías, seguros o fianzas justificadas por causa de interés general.</p>

TÍTULO II. RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL /
Ejercicio de la actividad comercial



<p>El ejercicio de la actividad comercial</p>	<p>1.Estará sujeto a las condiciones que integren la oferta de bienes y servicios en el mercado. 2.También estará sujeta a la normativa vigente, en cuanto a presentación y etiquetado de productos. 3.Los productos ofertados, deberán llevar incorporada cuanta información sea legalmente exigible para el conocimiento de los mismos: Condiciones especiales para su adquisición riesgos de su utilización, etc. 4.Los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que cada comprador pueda adquirir. Excepción. Sólo las Administraciones Públicas podrán limitar la cantidad de artículos cuando sea por motivos de interés general, (desabastecimiento, etc). 5.Tampoco podrán establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para compras que superen un cierto volumen. 6.En el caso que un comerciante no disponga de existencias suficientes para cubrir la demanda: Se tendrá en cuenta la prioridad temporal de las solicitudes, informando al comprador de la finalización de las existencias.</p>
	<p><i>Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja</i></p>
<p>El Registro de comerciantes y actividades comerciales</p>	<p>Objeto. La inscripción de las personas físicas o jurídicas, que ejerzan o pretendan ejercer la actividad comercial, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.</p> <p>Finalidades. 1.Permitir la elaboración y actualización, del Censo Comercial en La Rioja. 2.Posibilitar la definición y establecimiento de políticas de ayudas al sector comercial. 3.Facilitar las funciones de Control y tutela de los intereses públicos, en el ámbito de la actividad comercial.</p> <p>Secciones del Registro. Además de la Sección General relativa a las personas físicas o jurídicas que ejerzan actividades comerciales ordinarias, se podrán crear Secciones Especiales del Registro destinadas al ejercicio de modalidades de venta especiales que contempla la Ley.</p> <p>Carácter del registro. Será público. No contendrá datos de carácter personal y se limitará a la información relativa a la cualidad de comerciante del titular que se registra o con la actividad comercial que desarrolla.</p>
<p>Carácter de la inscripción en el registro</p>	<p>1.La inscripción será obligatoria y gratuita para aquellas personas que: -Vayan a ejercer una actividad comercial mayorista o minorista en la Comunidad Autónoma de La Rioja. -Que tengan o no establecimiento comercial permanente.</p>

Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja

	<p>2.La inscripción es requisito imprescindible, para optar a cualquier tipo de ayudas de la Administración Regional, o para participar en programas específicos.</p> <p>3.También será obligatorio, comunicar el cese de la actividad comercial, (indicando si es temporal o definitivo), así como la modificación de los datos objeto de la inscripción.</p>
Funcionamiento del Registro	<p>Reglamentariamente se determinarán las Secciones del Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales.</p> <p>También se regulará:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La forma, datos y documentos mediante los cuales se llave a cabo la inscripción. -Las fórmulas de colaboración y el procedimiento de inscripción con los Ayuntamientos y con Corporaciones de Derecho Público.
	<h3>Los precios y horarios comerciales. Precios</h3>
Precios	<p>Libertad. 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.</p> <p>Publicidad de precios. Los precios de los productos y su exhibición al público, deberán cumplir la normativa vigente para la protección de consumidores y usuarios.</p> <p>El precio de venta. El P.V.P. anunciado se entenderá el precio final del producto, incluyendo todos los impuestos o gravámenes que recaigan sobre el mismo.</p>
Ventas a pérdida	<p>Concepto. Se denomina venta a pérdida, cuando el precio practicado en cualquier producto por el comerciante, sea inferior al precio de compra.</p> <p>Se entiende que existe venta a pérdida, cuando el precio aplicado al producto sea inferior al de adquisición según factura del proveedor, (deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren en la misma).</p> <p>También el precio de reposición, (si este fuera inferior al de adquisición).</p> <p>Cuando se trate de productos fabricados por el propio comerciante: El coste efectivo de producción, incrementado en las cuotas de impuestos que graven la operación.</p> <p>En ningún caso podrá utilizarse la oferta conjunta o los obsequios a los compradores, para evitar la venta a pérdida.</p> <p>Aceptación de facturas. Las facturas se entenderán aceptadas, cuando en el plazo de veinticinco días desde su remisión, no han sido objeto de reparo por el comerciante.</p> <p>En el caso de ser no conformes: Sobre el plazo anterior, se dispondrá de diez días más para su subsanación y nueva remisión de la correspondiente factura rectificada. Las facturas rectificadas fuera de estos plazos, no serán consideradas.</p>

Los precios y horarios comerciales. Precios



	<p>Prohibición. En general, la venta a pérdida está prohibida aún cuando se pueden dar algunas excepciones.</p>
	<p>Excepciones. La venta a pérdida solo se podrá ofertar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -En las ventas en liquidación. -En las ventas de saldos. -Cuando se trate de productos perecederos, próximos a su inutilización comercial. -Cuando con la aplicación de estos precios, se pretenda alcanzar los precios de uno o varios competidores, con el fin que afecten significativamente en sus ventas.
<p>Indicación de los precios de los productos</p>	<p>Obligación. Los comerciantes están obligados a exhibir de forma claramente legible para el público, en los escaparates y vitrinas, el precio de los productos expuestos al público.</p>
	<p>Excepción. Los productos que reglamentariamente se establezcan, por motivos de seguridad, de homogeneidad, o por la naturaleza del producto.</p>
	<p>Información que se debe especificar. El precio de venta al público:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se expondrá precedido de las siglas P.V.P. -Se expresará por unidad de medida. -Se expresará de forma inequívoca, fácilmente identificable y claramente legible.
	<p>Precios diferentes. Cuando un producto disponga de dos precios diferentes, el comerciante estará obligado a vender el mismo, al precio más bajo de los exhibidos.</p>
	<p>Ventas a granel. Cuando se trate de productos que habitualmente se vendan a granel y se presenten a la venta en cantidades o volúmenes preestablecidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se expondrá el precio, por unidad de medida habitual. -También la medida del producto y el precio resultante.
	<p>Ventas a plazos. El comerciante deberá informar al comprador, (incluso en la publicidad realizada), del número de plazos, importe de cada uno de ellos, periodicidad de los pagos y precio total resultante.</p>
	<p>Ventas de productos ofertados a distancia. La información que se debe incluir, será:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El precio, incluidos los impuestos. -Importe de los gastos de transporte y entrega. -Gastos de devolución, en su caso. <p>También se informará al usuario, de la forma de pago y sistema de reembolso.</p>

Los precios y horarios comerciales. Precios

	<p>Entregas diferidas de productos. Cuando la entrega total o parcial de productos o la prestación de servicios complementarios, sean posteriores al del momento de la compra, el comerciante deberá emitir factura o documento sustitutivo, haciendo constar las prestaciones debidas y la parte del precio que el cliente haya abonado.</p> <p>Exigibilidad de precios anunciados. Los precios anunciados serán exigibles por los usuarios, aunque no se correspondan con los que figuren en el contrato, factura o comprobante recibido. No podrán aplicarse precios superiores a los anunciados.</p>
Información de los medios de pago admitidos	<p>Obligación. El comerciante estará obligado a informar por escrito en su establecimiento y de forma visible:</p> <ul style="list-style-type: none">-De todos los medios de pago que admita.-De la posibilidad, (en su caso), de la devolución de productos y de las condiciones para dicha devolución cuando se derive, exclusivamente, del interés o conveniencia del comprador.
	<h2>Horarios comerciales</h2>
Regulación	Los Horarios Comerciales, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja, se regirán por la Ley 03/2005, sin perjuicio de la norma básica del Estado.
Horarios de apertura y cierre	Dentro de los días laborables de la semana, los horarios de apertura y cierre serán determinados libremente por el comerciante, respetando siempre el límite máximo del horario global. También los horario de domingos y festivos, serán determinados libremente por el comerciante.
Horario global	Durante el conjunto de días laborables de la semana, el horario global será, como máximo, de noventa, (90), horas.
Domingos y festivos de posible apertura	<p>Serán determinados por la Consejería correspondiente, previa consulta al Consejo Riojano de Comercio, atendiendo a las necesidades comerciales de la Comunidad Autónoma, de acuerdo con lo establecido con la legislación básica Estatal.</p> <p>Para más información, puede consultar la página de Logroño Punto Comercio www.logronopuntocomercio.com</p>

Horarios comerciales

Establecimientos con libertad plena de horarios	<p>Tendrán libertad plena para determinar días y horario de apertura y cierre, los establecimientos cuya actividad principal esté dirigida a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Venta de productos de pastelería y repostería, pan y platos preparados -Prensa. -Venta de combustibles y carburantes. -Floristerías y plantas. -Instalaciones en estaciones de transporte. -Zonas o municipios de gran afluencia turística. Serán determinados por la Consejería competente, así como los periodos que se aplicará la libertad de apertura y cierre. -Tiendas de conveniencia. Se definen como aquellos establecimientos de menos de 500 metros cuadrados de superficie de venta, que permanezcan abiertos al público un mínimo de dieciocho, (18), horas diarias y ofertan de forma similar libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, videos, juguetes, regalos y artículos varios.
Otros establecimientos con libertad plena	<p>Los establecimientos con una superficie útil de exposición y venta, inferior a los trescientos, (300), metros cuadrados.</p> <p>Condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No pertenecer a empresas o grupos de distribución, que no sean considerados PYME's. -Establecimientos que operen bajo el mismo nombre comercial, de los grupos o empresas anteriores.
Excepcionalidad de libertad de horarios	<p>Por orden de la Consejería competente en materia de comercio, se podrá aumentar o reducir la superficie señalada en el punto anterior, hasta ciento cincuenta, (150), metros cuadrados de superficie de exposición y venta, de productos de alimentación y cotidiano. Estos establecimientos dispondrán también de libertad de horarios comerciales.</p>
Obligaciones en materia de información	<p>En todos los establecimientos comerciales, se deberán exponer en escaparates o cualquier otro lugar visible desde el exterior, los horarios de apertura y cierre establecidos por la empresa.</p>
Competencias municipales	<p>Los Ayuntamientos por razones de orden público, podrán acordar el cierre de forma singularizada de establecimientos que vendan bebidas alcohólicas.</p>
	<p><i>Consejo Riojano de Comercio</i></p>
Concepto	<p>Se trata de un Órgano colegiado de participación en la ordenación de la actividad comercial, que estará adscrito a la Consejería competente, no participando en la estructura de la Administración Pública Autonómica, aún cuando forme parte de dicha Administración. Tendrá carácter consultivo, garantizando y defendiendo los intereses generales del sector.</p>

Consejo Riojano de Comercio

Funciones	<p>Son funciones del Consejo Riojano de Comercio:</p> <ul style="list-style-type: none">-Informar con carácter previo no vinculante, sobre las solicitudes de Licencia de instalación o modificación de grandes establecimientos comerciales, así como del cambio de titularidad.-Cuando lo requiera la Consejería competente, emitir informe sobre proyectos normativos de ordenación del comercio y de la actividad comercial.-Informar en la elaboración y revisión del Plan de Equipamientos Comerciales de La Rioja.-Emitir informe previo, sobre la apertura de domingos y festivos y periodos de rebajas.-Formular cuantas propuestas considere, para el fomento y mejora del sector comercial riojano.
Composición	<p>Se determinará reglamentariamente, aún cuando figurarán al menos:</p> <ul style="list-style-type: none">-Representantes de agentes económicos y sociales.-Asociaciones de consumidores.-Representantes de Corporaciones Locales de La Rioja. <p>También se regulará en dicho Reglamento, las condiciones de nombramiento, sustitución y cese de sus miembros.</p>
Funcionamiento	<p>El Decreto 63/2006, (B.O.R. nº 157), es el que regula la creación del Consejo Riojano de Comercio. En dicha norma se establece la composición de dicho órgano, así como su funcionamiento:</p> <p>Presidente: El titular de la Consejería que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio interior.</p> <p>Vicepresidente 1º: El Director General competente en materia de comercio interior.</p> <p>Vicepresidente 2º: El Director - Gerente de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja.</p> <p>Vocales:</p> <ul style="list-style-type: none">- Un representante de la Dirección General competente en materia de política territorial.- Cuatro representantes de la Federación de Empresarios de La Rioja.- Tres representantes de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja, como órgano consultivo del Gobierno de La Rioja.- Tres representantes de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas.- Cuatro representantes de las organizaciones sindicales más representativas.- Cuatro representantes de las Asociaciones de Comerciantes legalmente constituidas. De los cuales uno pertenecerá a una Asociación de La Rioja Alta (Haro, Santo Domingo, Nájera) y otro a una Asociación de La Rioja Baja (Calahorra, Arnedo, Alfaro y Cervera).- Dos representantes de las Asociaciones de distribuidores. Uno en representación de la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución y de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados. Otro en representación de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados.- Un representante de la Federación Riojana de Municipios.- Secretario: Actuará como Secretario, con voz pero sin voto, un funcionario de la Dirección General competente en materia de comercio interior, designado por el Presidente del Consejo.

TÍTULO III. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES /

Los establecimientos comerciales



Establecimientos comerciales	<p>Concepto. Locales edificados, construcciones e instalaciones de carácter fijo o permanente, cubiertos o sin cubrir, exteriores o interiores a una edificación, que estén destinados al ejercicio profesional de la actividad comercial, aún cuando no dispongan de escaparates de exposición.</p> <p>Tipología. Los establecimientos podrán tener:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carácter individual. - Carácter colectivo. Se trata de aquellos establecimientos, integrados por un conjunto de puntos de venta instalados en el interior de un mismo recinto, ejerciendo cada uno de ellos, actividades independientes.
Apertura de establecimientos comerciales	<p>Requisito imprescindible. Solicitud de inscripción en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de la Rioja, del interesado o persona que lo represente.</p> <p>Inscripción efectiva en el registro. Se considerará que la inscripción en el registro es efectiva, por silencio positivo, transcurridos tres meses desde la presentación de la solicitud.</p> <p>Licencias de apertura. Serán concedidas por los Ayuntamientos, en base a la normativa vigente, la ley 3/2005 de ordenación de la actividad comercial y las actividades feriales y normas que la desarrollen.</p>
	<p style="text-align: center;"><i>Grandes Establecimientos Comerciales</i></p>
Gran establecimiento comercial	<p>Concepto. Se consideran “Grandes Establecimientos Comerciales”, los establecimientos individuales o colectivos destinados al comercio al por menor de cualquier clase de artículos, que tengan una superficie útil de exposición y venta siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En municipios con menos de 10.000 habitantes: Superficie superior a los 1.000 m². 2. En municipios con más de 10.000 y menos de 25.000 habitantes: Superficie superior a los 1.500 m². 3. En municipios de más de 25.000 habitantes: Superficie superior a los 2.500 m². <p>Excepciones. Previo informe del Consejo Riojano de Comercio, el Gobierno de La Rioja podrá establecer mediante Decreto, excepciones en cuanto a las superficies señaladas anteriormente.</p>
Excepciones	<p>No tendrán la consideración de gran establecimiento comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los viveros de venta al por menor. - En municipios de menos de 10.000 y entre 10.001 y 25.000: Las medidas en m² señaladas, no se aplicarán a las superficies de venta de los parques temáticos. Tampoco a los establecimientos de venta de muebles, maquinaria, automóviles y artículos de grandes dimensiones, (que requieran de gran espacio físico). Su superficie no será superior a los 2.500 metros cuadrados.

Grandes Establecimientos Comerciales

Mercados municipales	Consideración de Gran Establecimiento Comercial. Para considerar los Mercados Municipales como “Gran Establecimiento Comercial”, se tendrá en cuenta la dimensión de cada uno de los puntos de venta de forma individual. Si alguno de esos puntos de venta alcanzara las superficies expresadas en “Concepto”, será considerado Gran Establecimiento Comercial.
Licencia Comercial específica, (L.C.E).	Criterios de sujeción. Estarán sujetos a la solicitud y concesión de la L.C.E. por la Administración de la Comunidad Autónoma: -La instalación, traslado o ampliación de superficie útil de exposición y venta, de Grandes Establecimientos Comerciales. -Cuando un establecimiento comercial preexistente, por ampliación o modificación del mismo, acceda a la condición de gran establecimiento comercial.
	Prohibición de inicio de actividad. Cuando un establecimiento esté sujeto a L.C.E, no podrá iniciar la actividad hasta que no hubiera obtenido la correspondiente licencia.
	Procedimiento de solicitud y concesión. Se establecerá reglamentariamente.
	Criterios de concesión. Se ponderará la existencia o no, de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el emplazamiento, así como los efectos que puede ejercer sobre la estructura comercial existente en dicha zona.
	Plazos de tramitación y concesión. Plazo máximo de seis meses, desde la fecha en que la solicitud tenga entrada en el Registro del organismo competente. En el caso de no haber resolución administrativa en el plazo anterior, la solicitud se entenderá desestimada.
	Tasa por la tramitación administrativa de la L.C.E. -El hecho imponible: Será la prestación del servicio de tramitación de la solicitud de la L.C.E. -El sujeto pasivo: Personas físicas o jurídicas, que soliciten la concesión de la L.C.E. -Devengo de la tasa: Cuando se realicen las actuaciones administrativas. -El pago: En el momento en que se formule la solicitud. -La cuantía: 6.024,00 euros, (1.002.309,26 pesetas).
	Plan General de Equipamientos Comerciales: P.G.E.C.
Objeto del Plan	Establecer las directrices y estrategias, que permitan adecuar el equipamiento comercial en las poblaciones riojanas a las necesidades del consumo y la compra.
Objetivos del plan	1.Partiendo de la oferta comercial disponible y del gasto comercial: Lograr un nivel adecuado de equipamiento comercial y una correcta distribución territorial de los establecimientos comerciales.

Plan General de Equipamientos Comerciales: P.G.E.C.



	<p>2.Introducir progresiva y armónicamente, los nuevos sistemas de venta comercial. 3.Promover el movimiento asociativo competitivo comercial para la compra, promoción e inversión. 4.Proteger la libre competencia, dentro de la defensa de la pequeña y mediana empresa. 5.Satisfacer las necesidades de los consumidores, protegiendo sus legítimos intereses. 6.Garantizar la seguridad, salubridad y demás condiciones de los establecimientos comerciales. 7.Contribuir a la creación de nuevos empleos alternativos en el sector comercial y el mantenimiento de los existentes, procurando adecuarlos a las nuevas estructuras de la distribución y a las exigencias sociales. 8.Establecer criterios y cuantificar las reservas de suelo para equipamiento comercial, con el fin de considerarlos y contemplarlos en la elaboración y revisión de los planeamientos urbanísticos.</p>
<p>Aprobación del Plan y plazos</p>	<p>Corresponderá al Gobierno de la Rioja, en un plazo no superior a dos años.</p>
	<p><i>Mercadillos y Mercados de Ocasión</i></p>
<p>Mercadillos</p>	<p>Concepto. Aquellas superficies de venta en las que, previamente acotadas por la autoridad municipal correspondiente, (que también establecerá la periodicidad de ellos), se instalen puntos de venta no permanentes para la venta de productos determinados.</p> <p>Autorización. Es competencia de los Ayuntamientos la autorización de la venta en Mercadillos. Para ello, determinarán el número de puestos y el tipo de productos que se puedan comercializar, siempre de acuerdo con la Ley y la normativa en materia de ventas fuera del establecimiento comercial permanente.</p>
<p>Mercados de Ocasión</p>	<p>Concepto. Lugares o establecimientos, en que se comercializan productos de “segunda mano”. Por tratarse de este tipo de artículos, la venta se realiza en condiciones más ventajosas para el cliente que en otros establecimientos habituales.</p> <p>Prohibiciones. Queda prohibida la venta de productos diferentes a los descritos y de productos alimenticios.</p> <p>Autorización. La autorización para realizar la actividad en mercados ocasionales, estará sujeta a los mismos requisitos exigidos para la venta ambulante.</p>
<p>Información sobre Mercadillos y Mercados de Ocasión</p>	<p>Con el fin de cumplir con la función estadística, así como para fomentar y una más racional distribución de los mercadillos y mercados de productos típicos y artesanales, sin perjuicio de las competencias municipales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cada año los Ayuntamientos remitirán a la Consejería competente, relación de Mercados y Mercadillos de Ocasión que se celebren en su término municipal, indicando lugares en que se instalen, superficie de venta, número de puestos, fechas de celebración y productos autorizados en cada uno de ellos. -A efectos informativos, dicha información también se remitirá a la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja y al Consejo Riojano de Comercio.

TÍTULO IV. MODALIDADES ESPECÍFICAS DE VENTA /



Disposición general

Tipología	Se establecen dos modalidades Específicas de venta: -Ventas Especiales. -Ventas en Promoción.
	<i>Las ventas especiales</i>
Principio general	Toda actividad comercial, deberá desarrollarse en establecimiento permanente y por cualquiera de los métodos de venta admitidos en la práctica comercial.
Concepto de ventas especiales	Aquellas que no se realizan en un establecimiento comercial permanente abierto al público. En especial: 1.Ventas Ambulantes o no sedentarias. 2.Ventas a Domicilio. 3.Ventas a Distancia. 4.Ventas Automáticas. 5.Ventas en Pública Subasta.
Requisitos para el ejercicio	-Disponer de las autorizaciones o acreditaciones, necesarias para el ejercicio de cada una de ellas. -Estar dado de alta en la sección especial correspondiente del Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja, sin perjuicio de otros registros sectoriales o de carácter nacional.
	<i>Ventas ambulantes o no sedentarias</i>
1. Ventas ambulantes o no sedentarias	<p>Concepto. Las realizadas por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, en puestos e instalaciones desmontables ubicados en solares, espacios abiertos o vía pública.</p> <p>Prohibiciones. No se situarán en accesos a lugares comerciales, ni en escaparates o exposiciones y tampoco en accesos a edificios de uso público.</p> <p>Autorización. Corresponde a los Ayuntamientos su aprobación, (determinando perímetro o lugares de ejercicio, fechas, número de puestos y dimensiones), teniendo en cuenta el nivel de equipamiento del municipio y la estructura de consumo de la población.</p> <p>Productos. No se podrán vender, productos cuya norma específica lo prohíba. Especialmente, productos de carácter alimenticio y otros que por su presentación u otros motivos, no cumplan la normativa técnico-sanitaria y de seguridad correspondiente.</p>

Las Ventas ambulantes o no sedentarias

Modalidades:

- a) V. Ambulante en **Mercados Fijos**: La autorizada en lugares determinados, anexos a mercados permanentes.
- b) V. Ambulante en **Mercados Periódicos**: La autorizada en lugares establecidos, con una periodicidad habitual y determinada.
- c) V. Ambulante en **Mercados Ocasionales**: La autorizada con motivo de fiestas o acontecimientos populares.
- d) V. Ambulante de **productos** de naturaleza **estacional**: La autorizada con criterios restrictivos y excepcionales, una vez fijados número de puestos y emplazamientos.
- e) V. Ambulante en **Vehículos-Tienda**: La realizada por personas autorizadas, en fechas, calendario e itinerarios aprobados previamente por los Ayuntamientos.

Obligación de informar al consumidor. Los comerciantes informarán de la dirección donde se atenderán las reclamaciones y dicha dirección figurará en la factura o comprobante de venta.

Ventas a domicilio

2. Ventas a domicilio

Definición. Las ejercidas por comerciantes debidamente identificados e inscritos en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de la Rioja, en las que éstos toman la iniciativa de venta, proponiéndose o concluyéndose los contratos con el comprador en su domicilio particular o lugar de trabajo, en el que se personan el vendedor, los empleados de la empresa o representantes. Tendrán la misma consideración, las ventas en reuniones y las ventas realizadas durante una excursión organizada por el comerciante.

Excepciones. No se considerarán ventas a domicilio, los repartos a domicilio de mercancías adquiridas en establecimientos permanentes. Tampoco las entregas a domicilio de mercancías basadas en la existencia de un contrato de suministro entre el cliente y quien realiza el reparto o su principal.

Productos objeto de venta. No se podrán vender bebidas, productos alimenticios ni productos cuya norma específica lo prohíba. Tampoco, productos que por su forma o presentación no cumplan las normas técnico-sanitarias o de seguridad, que les sean aplicables.

Publicidad de la oferta. Se entregará al consumidor. Incluirá la identificación de la empresa vendedora, datos esenciales del producto y el precio, formas y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

Obligación de información. El vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, el derecho que le asiste de disponer de un período 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.



	<i>Ventas a distancia</i>
3. Ventas a distancia	Concepto. Aquellas realizadas sin la presencia física simultánea del comprador y vendedor, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.
	Regulación. Esta modalidad, se regirá por la Ley 3/2.005 de la Rioja y la legislación estatal. Cuando la contratación se realice por medios electrónicos, se aplicará la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.
	<i>Ventas automáticas</i>
4. Ventas Automáticas	Concepto. El comprador adquiere el producto que se trate directamente de una máquina expendedora al efecto, mediante la introducción del importe requerido. Se considerará también esta modalidad de venta, cuando la máquina esté instalada en el mismo establecimiento con vendedor. Cuando la venta sea de productos alimenticios, deberán estar envasados e identificados, de acuerdo a la normativa existente en materia de etiquetado y comercialización.
	Requisitos de las máquinas. Las que reglamentariamente se determinen. En todo caso: -La homologación de la máquina, por la autoridad competente. -Instrucciones, para la compra del producto correspondiente. -Disponer de un sistema de recuperación de monedas y billetes. -Información del tipo de monedas que se admiten, precio exacto del producto, domicilio del empresario a quien pertenece la máquina y número de teléfono, para cursar avisos en el supuesto de avería.
	<i>Ventas en pública subasta</i>
5. Ventas en Pública Subasta	Concepto. Oferta pública e irrevocable de un bien para la adquisición del mismo, mediante pujas y dentro del plazo concedido al efecto. El bien lo adquirirá el que mejor precio proponga en el curso de la sesión pública convocada al efecto.
	Exclusiones. Las subastas judiciales o administrativas, las realizadas en lonjas y lugares similares y las subastas de títulos valores, no se regirán por la norma autonómica.
	Ventas ocasionales. Cuando se quiera realizar una venta en pública subasta de forma ocasional, se cumplirán los requisitos siguientes: -Solicitud de autorización al Ayuntamiento correspondiente. -Comunicar a la Consejería en materia competente su realización, con una antelación mínima de diez días a la fecha en que tenga lugar la venta.

Las ventas promocionales.

Conceptos generales



Ventas Promocionales	Concepto general. Aquellas ofertas de productos realizadas por el vendedor, en condiciones más ventajosas para el consumidor que las habituales.
Tipos de Ventas Promocionales	<p>Se considerarán:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Las ventas con obsequio. 2.Las ventas en rebajas. 3.Las ventas en liquidación. 4.Las ventas de saldo. 5.Las ventas con descuento. <p>Ventas promocionales con diferente denominación a los tipos especificados. Si reúnen las características de cualquiera de las ventas señaladas, será asimilada a la misma, quedando sujeta a su regulación específica.</p>
Requisitos generales	Suministrar información. La Dirección General competente, a instancia de parte interesada, podrá requerir a los comerciantes que practiquen cualquiera de estas modalidades de venta, información necesaria para comprobar el cumplimiento de lo establecido en la ley.
	Medios de pago. Los consumidores podrán utilizar los mismos medios de pago admitidos habitualmente por el comerciante. Exigirá la contraprestación promocional que se desprenda de la oferta y de la publicidad realizada.
	Definición de precio anterior o habitual. El que hubiera sido aplicado sobre productos idénticos durante un periodo continuado de al menos 30 días, en los seis meses precedentes.
	<p>Etiquetaje e información. En cada producto que se disponga para la venta con reducción de precio, constará con claridad el precio anterior junto con el reducido.</p> <p>Se exceptúan, los artículos puestos por primera vez.</p> <p>Cuando se expongan productos de forma conjunta, se podrá especificar en un solo anuncio el precio anterior y el reducido o el porcentaje de descuento aplicable sobre los mismos.</p>
Publicidad	<p>Contenido. La publicidad de las ventas en promoción, deberá ir acompañada de información suficiente sobre las condiciones de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Precio habitual y reducido o porcentaje de descuento. -Características de las ofertas y periodo de vigencia de la promoción, con fecha exacta de inicio y finalización.
	Duración. La duración de la publicidad, no podrá exceder de la disponibilidad de existencias de los productos ofertados.



	<p>Prohibiciones. No se podrá ofertar una Venta Promocional que pueda generar confusión con otra modalidad de promoción diferente. Tampoco se podrá realizar, cuando no se disponga de existencias suficientes para realizar la oferta.</p>
	<p>Control de existencias. Si se agotaran los productos ofertados durante la promoción: -El comerciante podrá prever el compromiso de reservar el producto solicitado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio. -Si el comprador no estuviera de acuerdo con la medida o transcurra el plazo propuesto por el comerciante, el producto solicitado se sustituirá por otro de similares condiciones y características.</p>
Sobre los artículos promocionados	<p>Limitación de artículos. El comerciante no podrá limitar el número de unidades de producto promocionado que puede adquirir el consumidor.</p>
	<p>Discriminación. Cuando la oferta no sea suficiente para satisfacer toda la demanda, se prohíbe el establecimiento de criterios discriminatorios de preferencias entre los compradores.</p>
	<p>Anuncio de la venta promocional. Si la promoción no alcanza la mitad del inventario, no se podrá anunciar como medida general. En este caso, los artículos promocionados deberán estar anunciados por separado del resto de artículos.</p>
	<p><i>Ventas con Obsequio</i></p>
1. Ventas con obsequio	<p>Concepto. Aquella venta en que el comerciante vincula para la promoción o venta de los productos, concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares.</p>
	<p>Requisitos. 1. Durante el periodo que dure la oferta, queda prohibido modificar el precio o la calidad del producto principal. 2. Las bases de los concursos, sorteos, etc, deberán constar en los envases o los envoltorios del producto que se trate. En su defecto, las bases deberán estar registradas ante Notario. Será obligatoria la difusión de los ganadores del premio, en un plazo máximo de un mes, tras finalizar la oferta. En la comunicación a la persona agraciada con el premio, se expresará que no se encuentra condicionada a la adquisición de ningún producto o servicio. 3. Plazos de entrega de los bienes o servicios objeto de promoción: -En el momento de la compra, cuando así se establezca. -En el plazo de dos meses, desde que el comprador reúna los requisitos exigidos. 4. Sorteos, apuestas o concursos sujetas a la Ley del Juego. Aquellas, en que al participante se exija un desembolso inicial. Excepción: Cuando el sorteo o concurso se ofrezca como obsequio al comprar el producto.</p>

Ventas con Obsequio

Legislación aplicable a las ventas con obsequio. Se ajustarán en cuanto a su forma, duración, efectos y garantías, a lo establecido en las normas siguientes:

- Ley 26/1984, de 19 de julio, general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del Comercio Minorista.

Legislación aplicable a los sorteos. Todos los sorteos destinados a premiar la participación de los consumidores, se realizarán en base a lo establecido en la Ley 5/1999, de 13 de abril, reguladora del Juego y Apuestas de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y disposiciones que la desarrollen.

Ventas en Rebajas

2. Ventas en rebajas

Concepto. Ventas realizadas en determinadas épocas del año, (cambios de estación y fin de temporada), cuyos artículos sean ofertados en el establecimiento donde se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado con anterioridad.

Periodos de rebajas. Serán determinados por la Consejería competente, previo informe del Consejo Riojano de Comercio. Solo podrán ser dos periodos: uno a principios de año y el otro en torno al periodo estival.

Fechas y duración de los periodos de rebajas. Serán fijados por el propio comerciante en base a las fechas fijadas por la Consejería competente. La duración mínima será de una semana y la máxima de dos meses.

Prohibiciones. No se podrá denominar venta en rebajas:

-Cuando se oferten **productos deteriorados**.

-Cuando se oferten **productos adquiridos** para esta **finalidad**.

-Cuando los artículos **no estuvieran** ofertados para la **venta**, con un **mes de antelación** a la fecha **del inicio** de la venta con rebaja.

-Los artículos que se oferten bajo la modalidad de rebajas, no podrán haber sido objeto de cualquier otra modalidad de promoción de ventas en el mes anterior al inicio de la venta en rebajas.

Medios de pago. Para la venta en rebajas, el comerciante está obligado a admitir los mismos medios de pago que acepte habitualmente.

Existencias. La duración de los periodos de rebajas y la importancia de la publicidad, estará en relación con el stock que se disponga para la promoción.

Ventas en Rebajas

Información. Se indicarán las fechas de inicio y finalización de las rebajas, en sitio legible al público, incluso, cuando el establecimiento esté cerrado.

Anuncio de fecha de inicio. Las rebajas solo podrán ser anunciadas, con ocho días de antelación al inicio de las mismas.

Anuncio de finalización de rebajas. Durante los últimos diez días de la venta en rebajas, el comerciante podrá utilizar expresiones que hagan referencia concreta a la oferta final de la venta en rebajas.

Separación de los productos.

-Si la rebaja no afecta a todos los productos: Unos y otros estarán debidamente identificados y separados.

-Si en el mismo local se ofertan rebajas, saldos o liquidación: Se deberán separar en diferentes espacios y anunciarse de manera precisa y ostensible si es “venta de saldos”.

Ventas en Liquidación

3. Venta en liquidación

Concepto. Venta de carácter excepcional y extintiva de determinadas existencias de productos, que viene motivada por alguna causa de las siguientes:

a) La **ejecución** de una decisión judicial o administrativa.

b) El **cese total o parcial** de la actividad comercial.

c) Por el **cambio de actividad** del comercio o **modificación sustancial** en la orientación del **negocio**.

d) Por el **cambio de local** o **realización de obras** de importancia en el mismo.

e) **Otro supuesto de fuerza mayor**, que cause un grave obstáculo para el normal desarrollo de la actividad.

Restricciones.

1. Cuando la liquidación sea motivada por cese total o parcial del negocio: Si un empresario es titular **de varios establecimientos, el cese total o parcial** de la actividad **será de todos ellos de una misma ciudad**.

El cierre total o parcial de un solo punto de venta no tendrá la consideración de cese total o parcial, sino de cambio de local.

2. Cuando la liquidación fuera motivada por los supuestos a) o b): En los tres años siguientes a la finalización no se podrá ejercer el comercio en la misma localidad, de productos similares a los que hubiesen sido objeto de liquidación.

3. No se podrá realizar una nueva liquidación en el mismo establecimiento, salvo que la nueva sea por ejecución de decisión judicial, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

Requisitos.

1. Los productos objeto de la venta en liquidación, deben formar parte de las existencias del establecimiento.

2. Se comunicará la voluntad de la venta en liquidación, quince días previos a su inicio a la Consejería competente. Constará la causa de la liquidación, fecha de comienzo, duración y relación de mercancías.

Ventas en Liquidación

Duración. Máximo de **tres meses**.

En el supuesto de cese total de la actividad, la duración máxima de la venta en liquidación, será de un año.

Publicidad. En los anuncios se hará constar la causa de la liquidación.

Ventas de Saldo

4. Ventas de saldo

Concepto. Venta de productos cuyo valor de mercado se vea manifiestamente disminuido por deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia. Los productos ofertados, no deberán comportar riesgo ni engaño para el comprador. El comerciante está obligado a informar mediante publicidad en lugar visible, los motivos concretos que concurren en los productos, (obsolescencias, tara, deterioro, etc.).

Condiciones para establecimientos no dedicados exclusivamente a la venta de saldos:

- No se podrán saldar productos adquiridos para ese fin.
- Tampoco los productos que no han pertenecido al comerciante seis meses antes a la fecha de inicio de la venta de saldo.
- Agotado el stock, cesará inmediatamente la publicidad de la venta de saldo.

Tipo de establecimientos que pueden ofertar ventas de saldo.

- Establecimientos cuya actividad no sea venta de saldo. Los productos de saldo estarán perfectamente separados del resto.
- Establecimiento de venta de saldo. En el establecimiento se rotulará el indicativo “venta de saldo. Se comunicará a la Consejería competente, el tipo de productos que se ofertan y lugares en que se va a realizar la oferta.

Ventas con Descuento

5. Ventas con descuento

Concepto. Ventas realizadas por un precio inferior o condiciones más favorables, con el fin de dar a conocer un nuevo producto, potenciar las ventas de los existentes o desarrollar uno o varios establecimientos.

Condiciones.

1. Los productos no podrán estar deteriorados o ser de inferior calidad que los que posteriormente se vayan a ofertar a precio normal.
2. El comerciante dispondrá de existencias suficientes, para hacer frente a la oferta, durante al menos un día.

De las existencias. Si se agotaran los productos ofertados durante la promoción:

- El comerciante podrá prever el compromiso de reservar el producto solicitado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio.
- Si el comprador no estuviera de acuerdo con la medida o transcurra el plazo propuesto por el comerciante, el producto solicitado se sustituirá por otro de similares condiciones y características.

TÍTULO VI. ACTUACIÓN PÚBLICA SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL /



Promoción de la actividad comercial	<p>Organismo responsable. El Gobierno de La Rioja a través de la Consejería competente, en base a los correspondientes programas de actuación, será el que promueva la actividad comercial.</p>
	<p>Principios ordenadores. Las acciones administrativas se orientarán en base a los principios siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Libre y leal competencia. -Defensa de los intereses legítimos de los consumidores y usuarios. <p>Para ello, se arbitrarán cuantas medidas conlleven a la racionalidad y modernización del sector, así como la transparencia del mercado.</p>
La reforma de las estructuras comerciales	<p>Organismo competente. Será el Gobierno de La Rioja el que desarrolle una política, con el fin de reformar las estructuras comerciales de la Región con el objetivo de modernizar racionalizar el sector.</p>
	<p>Líneas de actuación. Entre otras, las principales serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Facilitar una formación y actualización a los comerciantes y agentes que actúan en el sector, para lograr una mayor productividad y eficacia en la gestión de la actividad. -Apoyar técnica y financieramente los proyectos dirigidos a la reforma, modernización y reconversión de las estructuras comerciales existentes. También apoyar proyectos con el objetivo de reagrupar las pequeñas y medianas empresas comerciales. -Apoyar a las PYMES comerciales de La Rioja, con el fin de potenciar su capacidad financiera. -Recuperar, mantener y promocionar los comercios tradicionales, fomentando la constitución de centros Comerciales Abiertos. -Mejorar el comercio de proximidad en el medio rural, especialmente en las zonas de baja densidad poblacional.
	<p><i>Función inspectora</i></p>
Función inspectora	<p>Órgano competente. Con el fin de garantizar el normal cumplimiento de la Ley, la función inspectora corresponde al Gobierno de La Rioja a través de la Consejería competente en materia de comercio.</p>
Personal de la inspección	<p>El personal de la inspección. Los inspectores en el ejercicio de sus funciones, tendrán carácter de autoridad pudiendo solicitar en su caso, la cooperación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y de la Policía Local.</p>
	<p>Acreditación del personal. El personal inspector, estará provisto de la documentación necesaria que acredite su condición, estando obligado a su presentación, cuando proceda una actuación.</p>
	<p>Secreto profesional. Toda actuación inspectora tendrá carácter confidencial. El personal inspector estará obligado a salvaguardar el “secreto profesional”.</p>
Procedimiento y actas	<p>Reglamentariamente se aprobará el procedimiento de inspección, así como contenidos de las actas.</p>

Las infracciones

<p>Infracciones</p>	<p>Concepto. Constituyen infracciones administrativas de la ordenación de la actividad comercial, las acciones u omisiones de los sujetos responsables tipificadas y sancionadas en la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial. Todo ello, sin perjuicio de las responsabilidades que de otro orden pudieran derivarse.</p> <p>Expediente de sanción. Las infracciones no podrán ser objeto de sanción, sin que previamente se haya iniciado la instrucción del oportuno expediente abierto de oficio, conforme a la normativa vigente.</p>
<p>Prescripción de las infracciones y plazos de prescripción. Interrupción del plazo de prescripción</p>	<p>Prescripción. Las infracciones prescribirán:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Infracciones muy graves: A los tres años del inicio del plazo de prescripción. -Infracciones graves: A los dos años del inicio del plazo de prescripción. -Infracciones leves: A los seis meses del inicio del plazo de prescripción. <p>Inicio de los plazos de prescripción. Serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> -En general: Comenzará a contar desde el día en que la infracción se haya cometido. -Cuando se trate de infracciones continuadas: Comenzará, a la terminación del periodo de comisión. <p>Interrupción del periodo de prescripción. Cuando con el conocimiento del interesado, interrumpirá el periodo de prescripción la iniciación del procedimiento sancionador. Se reanudará el plazo de prescripción, si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable de la infracción.</p>
<p>Prescripción de las sanciones y plazos de prescripción. Interrupción del plazo de prescripción</p>	<p>Prescripción. Las sanciones prescribirán:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sanciones por infracciones muy graves: A los tres años del inicio del plazo de prescripción. -Sanciones por infracciones graves: A los dos años del inicio del plazo de prescripción. -Sanciones por infracciones leves: A los seis meses del inicio del plazo de prescripción. <p>Plazos de prescripción. El plazo de prescripción de las sanciones se iniciará el día siguiente al que adquiera firmeza la resolución por la que se imponga la sanción.</p> <p>Interrupción del periodo de prescripción. Se interrumpirá, cuando con el conocimiento del interesado se inicie el procedimiento de ejecución. Se reiniciará si el procedimiento de ejecución estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.</p>
<p>Normativa aplicable en la tramitación</p>	<p>La tramitación de un expediente de infracción estará sujeta a las normas siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. -Ley 3/1995, de 08 de marzo, de Régimen Jurídico del Gobierno y Administración Pública de la Comunidad Autónoma de La Rioja. -Supletoriamente, el Real Decreto 1398/1993, de 04 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento del procedimiento de Ejercicio de la Potestad Sancionadora.



Consideración de las infracciones	<p>Se consideran infracciones en materia de comercio interior, el incumplimiento de las obligaciones y prohibiciones establecidas en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -En la ley 3/2005, de 14 de marzo, de ordenación de la actividad comercial y las actividades feriales en la Comunidad Autónoma de La Rioja. -En la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. 	
Tipificación	Las infracciones tendrán la consideración de: Leves, graves y muy graves.	
	<i>Calificación y graduación de las infracciones /</i>	
Tipificación/graduación		Actuaciones objeto de infracción
Infracciones leves. Podrán ser sancionadas con apercibimiento hasta 4.500 euros	Obligación de informar a los consumidores, en todos los aspectos regulados en la Ley.	a) El incumplimiento de las obligaciones de información a los compradores previstas en esta Ley.
	Ejercicio de la actividad comercial, por personas cuya prohibición esté establecida.	b) La realización de actividades o prácticas comerciales por personas que tuvieran prohibido el ejercicio del comercio conforme al artículo 6 de la presente Ley.
	Cumplimiento de los deberes de informar a la Administración Autonómica, en los supuestos previstos.	c) El incumplimiento de los deberes de información y comunicación a la Administración sobre la actividad comercial desarrollada en los supuestos previstos en la Ley.
	Obligación de cumplimiento de horarios comerciales.	d) La realización de la actividad comercial con incumplimiento de los horarios máximos que se hayan establecido.
	Comercialización de productos no autorizados.	e) La venta de productos no autorizados para una específica modalidad de venta.
	Desarrollo de las distintas modalidades de venta.	f) El incumplimiento de los períodos y ubicación autorizados para el desarrollo de las distintas modalidades de venta.
	Obligación de disponer de autorizaciones, comunicaciones, etc., reguladas.	g) No exhibir la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentariamente establecida.
	Actividades de promoción: Condiciones para su desarrollo.	h) El incumplimiento de las condiciones para llevar a cabo actividades de promoción de venta salvo que esté tipificado como grave conforme al apartado siguiente.
	Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales.	i) El incumplimiento de la obligación de inscribirse en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales.

Calificación y graduación de las infracciones /



Infracciones graves. Podrán ser sancionadas con cantidades desde 4.501 hasta 25.000 euros.	Obligaciones administrativas para el ejercicio de la actividad comercial.	a) La realización de actividades comerciales con incumplimiento de los requisitos generales para el ejercicio de la actividad comercial así como ejercer la actividad comercial sin la obtención de la licencia comercial específica en los casos en que sea preceptiva.
	Realización de ventas con pérdida.	b) Realizar ventas con pérdida fuera de los casos establecidos en la Ley.
	Precios fijados por la Administración.	c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
	Obligación de extender facturas o documentos sustitutivos.	d) El incumplimiento de las obligaciones formales en las transacciones económicas con los compradores, en lo relativo a la falta de emisión de facturas o documento sustitutivo en los casos en que sea preceptiva su entrega o sea solicitada por el consumidor.
	Apertura de domingos y festivos no aprobados.	e) La realización de actividades comerciales en domingos o festivos en los casos de prohibición de apertura.
	Cooperativas de Consumidores y Usuarios. También Economatos.	f) La realización por parte de las entidades mencionadas en el artículo 7 de la Ley, de operaciones de venta con personas distintas a sus socios o beneficiarios fuera de los casos permitidos por la Ley.
	Veracidad de la publicidad en las ventas promocionales	g) La falta de veracidad en los anuncios de prácticas promocionales calificando indebidamente las correspondientes ventas u ofertas.
	Publicidad en las ventas promocionales: Requisitos.	h) El anuncio o realización de operaciones de ventas promocionales con incumplimiento de los requisitos establecidos al respecto.
	Ventas a distancia.	i) El incumplimiento de las obligaciones que la regulación de la venta a distancia impone en materia de información y documentación que se debe enviar al consumidor; de los plazos de ejecución y de devolución de las cantidades abonadas; el envío con pretensión de cobro de artículos no solicitados por el consumidor; y el uso de técnicas de comunicación que requieran consentimiento previo o falta de oposición del consumidor, cuando no concorra la circunstancia correspondiente.
	Colaboración en la labor inspectora.	j) La resistencia, negativa u obstrucción a la acción comprobadora o inspectora de las administraciones competentes, así como la aportación de información falsa.
Ventas con obsequio.	k) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega y canje de los obsequios promocionales así como modificar el precio o la calidad del producto principal durante el período de duración de la oferta con obsequio.	



	Reincidencia en infracciones leves.	l) La reincidencia en la comisión de más de una infracción leve de la misma naturaleza en el período de un año.
	Franquicias: no inscripción en el Registro.	m) El incumplimiento por parte de las personas franquiciadoras de la obligación de inscripción en el Registro previsto en el artículo 11 de la presente Ley.
Infracciones muy graves. Podrán ser sancionadas con cantidades desde 25.001 hasta 600.000 euros. Cuando una infracción muy grave suponga grave perjuicio económico o importante repercusión social, podrá ser sancionada con el cierre temporal del establecimiento. Si existe reincidencia, se procederá al cierre definitivo	Reincidencia de una falta grave.	a) La reincidencia en la comisión de más de una infracción grave de la misma naturaleza en un período de un año, siempre que no se produzcan a su vez como consecuencia de la reincidencia en infracciones leves.
	Infracciones graves, con repercusiones económicas.	b) La realización de cualquiera de las actuaciones calificadas de infracciones graves cuando el precio de los artículos ofertados o el volumen de la facturación realizada a que se refiere la infracción supere los 600.000 euros.

ÍNDICE



A

	<i>Páginas</i>
Actividad comercial mayorista: Definición.	10.
Actividad comercial mayorista: Excepción a las prohibiciones.	10.
Actividad comercial mayorista: Prohibiciones.	10.
Actividad comercial minorista: Definición.	10.
Actividad comercial minorista: Prohibiciones y restricciones.	10.
Actividad comercial: concepto.	10.
Actividades excluidas del ámbito de la ley. (Ver ámbito de aplicación de la Ley).	10.
Actuación pública sobre la actividad comercial. (Ver: Promoción de la actividad comercial; La reforma de las estructuras comerciales).	29.
Adquisición de productos para ventas de saldo. (Ver: Establecimientos no especializados en las ventas: Condiciones; Ventas de saldo).	28.
Ámbito de aplicación de la ley.	10.
Anuncio de fecha de finalización de rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Anuncio de fecha de finalización; Ventas en rebajas).	27.
Anuncio de fecha de inicio de rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Anuncio de fecha de inicio; Ventas en rebajas).	27.
Anuncio de la venta promocional. (Ver: Venta promocional: Anuncio; Ventas promocionales; Ventas en promoción: Sobre los artículos promocionados).	24; 25.
Apertura de establecimientos comerciales: Requisito. (Ver: Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales).	18; 12.
Artesanos. (Ver ámbito de aplicación de la Ley).	10.
Automóviles: Comercio de. (Ver: Grandes Establecimientos Comerciales: Excepciones).	18.
Autorización para la venta ambulante. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio. Ventas Especiales: Requisitos).	11; 21.
Autorización para las ventas a distancia. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio. Ventas Especiales: Requisitos).	11; 23.
Autorización para ventas a domicilio. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio. Ventas Especiales: Requisitos).	11; 22.
Autorización para ventas automáticas. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio. Ventas Especiales: Requisitos).	11; 23.
Autorización para ventas en pública subasta. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio. Ventas Especiales: Requisitos).	11; 23.
Autorizaciones Autonómicas. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.
Autorizaciones municipales. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.

B

Bases de concursos, sorteos, etc: Obligación de constatar en envases. (Ver: Ventas con obsequio: Requisitos).	25.
--	-----



C	<i>Páginas</i>
Calificación y graduación de las infracciones.	32.
Cámara de Comercio e Industria de La Rioja. (Ver: Información sobre Mercadillos y Mercados de Ocasión).	20.
Camiones-tienda: venta ambulante en. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias: Modalidades).	22.
Características de las ofertas. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	24.
Causa de la liquidación: Anuncios y publicidad. (Ver: Venta en liquidación: Publicidad).	28.
Causa de liquidación: Cambio de actividad. (Ver: Venta en liquidación: Concepto).	27.
Causa de liquidación: Cambio de local. (Ver: Venta en liquidación: Concepto).	27.
Causa de liquidación: Cese total o parcial. (Ver: Venta en liquidación: Concepto.).	27.
Causa de liquidación: Ejecución de decisión judicial. (Ver: Venta en liquidación: Concepto).	27.
Causa de liquidación: Modificación sustancial del negocio. (Ver: Venta en liquidación: Concepto.).	27.
Causa de liquidación: Realización de obras. (Ver: Venta en liquidación: Concepto).	27.
Causa de liquidación: Supuesto de fuerza mayor. (Ver: Venta en liquidación: Concepto).	27.
Cese total o parcial: Efectos. (Ver: Venta en liquidación: Restricciones. Causa de liquidación: Cese total o parcial).	27.
Comercio electrónico. (Ver: Ventas a distancia: Regulación).	23.
Comercios en estaciones de transporte. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).	16.
Comunicación autonómica para ventas ocasionales. (Ver: Ventas en pública subasta: Ventas ocasionales).	23.
Comunicación de venta en liquidación: Duración. (Ver: Venta en liquidación: Requisitos).	27.
Comunicación de venta en liquidación: Fecha de comienzo. (Ver: Venta en liquidación: Requisitos).	27.
Comunicación de venta en liquidación: Fecha de. (Ver: Venta en liquidación: Requisitos).	27.
Comunicación de venta en liquidación: Obligación. (Ver: Venta en liquidación: Requisitos).	27.
Comunicación de venta en liquidación: Relación de mercancías. (Ver: Venta en liquidación: Requisitos).	27.
Comunicación del premio: Prohibición de vinculación a compra de producto. (Ver: Ventas con obsequio: Requisitos).	25.
Consejo Riojano de Comercio: Composición.	17.
Consejo Riojano de Comercio: Concepto.	16.
Consejo Riojano de Comercio: Funcionamiento.	17.
Consejo Riojano de Comercio: Funciones.	17.
Cooperativas de Consumidores y Usuarios.	11.

ÍNDICE



	<i>Páginas</i>
D	
Discriminación entre compradores: Prohibición. (Ver: Ventas promocionales; Ventas en promoción: Sobre los artículos promocionados).	25.
Duración de la liquidación: En general. (Ver: Venta en liquidación: Duración. Venta en liquidación).	28.
Duración de la liquidación: Por cese total. (Ver: Venta en liquidación: Duración. Venta en liquidación).	28.
Duración de la publicidad. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	24.
Duración de periodos de rebajas: Relación con las existencias. (Ver: Ventas en rebajas: Existencias; Ventas en rebajas).	26.
Duración máxima de las rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Fechas y duración de los periodos).	26.
Duración mínima de las rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Fechas y duración de los periodos).	26.
E	
Economatos.	11.
Ejecución de decisión judicial: Efectos. (Ver: Venta en liquidación: Restricciones. Causa de liquidación: Ejecución de decisión judicial).	27.
Entregas diferidas de productos. (Ver indicación de los precios de los productos).	15.
Establecimientos comerciales de carácter colectivo. (Ver Establecimientos Comerciales).	18.
Establecimientos comerciales de carácter individual. (Ver Establecimientos Comerciales).	18.
Establecimientos comerciales: apertura de. (Ver Establecimientos Comerciales).	18.
Establecimientos Comerciales: Concepto.	18.
Establecimientos Comerciales: Tipología.	18.
Establecimientos con libertad plena horaria.	16.
Establecimientos no especializados en las ventas: Condiciones. (Ver: Ventas de saldo).	28.
Existencias del establecimiento para la venta en liquidación. (Ver: Venta en liquidación: Requisitos).	27.
Existencias. (Ver: El ejercicio de la actividad comercial).	12.
Existencias: Control de. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	25.
Existencias: Disponibilidad de productos ofertados. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	24.
Existencias: No disposición de suficientes. (Ver: Ventas promocionales: Prohibiciones; Ventas promocionales: Publicidad de las).	25.
Exposición al público de los periodos de rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Información; Ventas en rebajas).	27.



	<i>Páginas</i>
F	
Fecha de finalización de las rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Información; Ventas en rebajas).	27.
Fecha de inicio de las rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Información; Ventas en rebajas).	27.
Fecha de inicio y finalización de la venta en promoción. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	25.
Fechas y duración de las rebajas: Determinación. (Ver: Ventas en rebajas).	26.
Floristerías y plantas. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).	16.
Función inspectora: Acreditación del personal. (Ver: Función inspectora: Personal de la inspección).	29.
Función inspectora: Órgano competente. (Ver: Función inspectora).	29.
Función inspectora: Personal de la inspección. (Ver: Función inspectora).	29.
Función inspectora: Procedimiento y actas.	29.
Función inspectora: Secreto profesional. (Ver: Función inspectora: Personal de la inspección).	29.
G	
Gobierno de La Rioja.	29.
(Ver: Organismo competente en la reforma de las estructuras comerciales; Promoción de la actividad comercial: Organismo responsable.).	
Gran Establecimiento Comercial: Modificación de superficies.	18.
Gran Establecimiento Comercial: Concepto.	18.
Gran Establecimiento Comercial: Excepciones.	18.
H	
Homologación de las máquinas. (Ver: Ventas automáticas: Requisitos de las máquinas).	23
Horarios comerciales. Apertura en domingos y festivos.	15.
Horarios comerciales: Competencias municipales.	16.
Horarios comerciales: Horario global.	15.
Horarios comerciales: Horarios de apertura y cierre.	15.
Horarios comerciales: Libertad para su determinación. (Ver horario global).	15.
Horarios comerciales: Obligaciones en materia de información.	16.
Horarios comerciales: Regulación.	15.



I	<i>Páginas</i>
Impuesto de Actividades Económicas. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.
Información sobre Mercadillos y Mercados de Ocasión.	20.
Información sobre Mercadillos. (Ver: Información sobre Mercadillos y Mercados de Ocasión).	20.
Información sobre Mercados de Ocasión. (Ver: Información sobre Mercadillos y Mercados de Ocasión).	20.
Infracciones en materia de ordenación comercial: Concepto.	30.
Infracciones graves. (Ver: Infracciones: Tipificación).	31.
Infracciones graves: Graduación. (Ver: Calificación y graduación de las infracciones).	32.
Infracciones leves. (Ver: Infracciones: Tipificación).	31.
Infracciones leves: Graduación. (Ver: Calificación y graduación de las infracciones).	31.
Infracciones muy graves. (Ver: Infracciones: Tipificación).	31.
Infracciones muy graves: Graduación. (Ver: Calificación y graduación de las infracciones).	33.
Infracciones: Expediente de sanción.	30.
Infracciones: Inicio de los plazos de prescripción.	30.
Infracciones: Interrupción del periodo de prescripción.	30.
Infracciones: Normativa aplicable en la tramitación.	30.
Infracciones: Prescripción de las graves. (Ver: Infracciones: Prescripción de las).	30.
Infracciones: Prescripción de las leves. (Ver: Infracciones: Prescripción de las).	30.
Infracciones: Prescripción de las muy graves. (Ver: Infracciones: Prescripción de las).	30.
Infracciones: Prescripción de las.	30.
Infracciones: Tipificación.	31.
Inicio de los plazos de prescripción: En general. (Ver: Infracciones: Inicio de los plazos de prescripción).	30.
Inicio de plazos de prescripción: En infracciones continuadas. (Ver: Infracciones: Inicio de los plazos de prescripción).	30.
Inscripción efectiva en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales. (Ver: Apertura de establecimientos comerciales).	18.
Inscripción en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales: Requisito. (Ver: Apertura de establecimientos comerciales; Obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	18; 11.
Inscripción en el Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio. Registro especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja).	11; 12.



Instrucciones de compra de productos. (Ver: Ventas automáticas: Requisitos de las máquinas).	<i>Páginas</i> 23.
Interrupción del periodo de prescripción: Iniciación del procedimiento sancionador. (Ver: Infracciones: Interrupción del periodo de prescripción.).	30.
Interrupción del periodo de prescripción: Iniciación del procedimiento de ejecución. (Ver: Sanciones: Interrupción del periodo de prescripción.).	30.

L

La reforma de las estructuras comerciales. (Ver: Actuación pública sobre la actividad comercial.).	29.
La reforma de las estructuras comerciales: Líneas de actuación.	29.
La reforma de las estructuras comerciales: Organismo competente. (Ver: La reforma de las estructuras comerciales.).	29.
Libertad de horarios: Excepcionalidad. (Ver: excepcionalidad de libertad de horarios).	16.
Licencia Comercial Específica, (L.C.E.). (Ver: Gran Establecimiento Comercial).	18.
Licencia Comercial Específica. (Ver: Tasa por tramitación administrativa de la Licencia Comercial específica).	19.
Licencia Comercial Específica: Criterios de concesión.	19.
Licencia Comercial Específica: Criterios de sujeción.	19.
Licencia Comercial Específica: Plazos de tramitación y concesión.	19.
Licencia Comercial Específica: Procedimiento.	19.
Licencia Comercial Específica: Prohibición de inicio de actividad. (Ver: Gran Establecimiento Comercial).	19.
Licencia de apertura. (Ver: Apertura de establecimientos comerciales).	18.
Limitación de artículos: Prohibición. (Ver: Ventas promocionales; Ventas en promoción: Sobre los artículos promocionados).	25.
Limitación de cantidad de productos. (Ver: El ejercicio de la actividad comercial).	12.
Limitación de cantidad de productos: Excepción. (Ver: El ejercicio de la actividad comercial).	12.
Liquidación por cese total o parcial en un solo punto de venta: Cambio de local. (Ver: Venta en liquidación: Restricciones. Causa de liquidación: Cese total o parcial.).	27.
Liquidación por cese total o parcial: Ámbito de la liquidación. (Ver: Venta en liquidación: Restricciones. Causa de liquidación: Cese total o parcial).	27.

M

Maquinaria: Comercio de. (Ver: Grandes Establecimientos Comerciales: Excepciones).	18.
Medios de pago admitidos en el comercio: Obligación de informar en el establecimiento.	15.



	<i>Páginas</i>
Medios de pago: Aceptación en rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Medios de pago).	26.
Mercadillos: Autorización.	20.
Mercadillos: Concepto.	20.
Mercados fijos: Venta ambulante en. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias: Modalidades).	22.
Mercados Municipales: Consideración de Gran Establecimiento Comercial.	19.
Mercados Ocasionales: Autorización. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias. Mercados ocasionales: Venta ambulante en).	20; 21.
Mercados ocasionales: Venta ambulante en. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias: Modalidades).	22.
Mercados periódicos: Venta ambulante en. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias: Modalidades).	22.
Modalidades específicas de venta. (Ver: Ventas especiales; Ventas en promoción).	21.
Modificar precio o calidad del producto: Prohibición. (Ver: Ventas con obsequio: Requisitos).	25.
Muebles: Comercio de. (Ver: Grandes Establecimientos Comerciales: Excepciones).	18.
N	
Nueva liquidación en un mismo establecimiento: Prohibición. (Ver: Venta en liquidación: Restricciones).	27.
O	
Objeto de la Ley 3/2.005.	10.
Obligación de facilitar información por el comerciante. (Ver: Ventas promocionales: Requisitos generales).	24.
Obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio.	11.
Oferta de productos rebajados y no rebajados: Separación. (Ver: Ventas en rebajas: Separación de los productos; Ventas en rebajas).	27.
Oferta de rebajas, saldos o liquidación: Anuncio. (Ver: Ventas en rebajas: Separación de los productos; Ventas en rebajas).	27.
Oferta de rebajas, saldos o liquidación: Separación de artículos. (Ver: Ventas en rebajas: Separación de los productos; Ventas en rebajas).	27.
Organismo competente en la reforma de las estructuras comerciales.	29.
Otros establecimientos con plena libertad de horario. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).	16.
P	
P.G.E.C. (Ver: Plan general de Equipamientos Comerciales).	19.
Periodo de oferta de productos antes del inicio de rebajas. (Ver: Ventas en rebajas: Prohibiciones).	26.



Periodo de productos en almacén para ventas en saldo. (Ver: Establecimientos no especializados en las ventas: Condiciones; Ventas de saldo).	<i>Páginas</i> 28.
Periodo de reflexión. (Ver: Ventas a domicilio: Obligación de información).	22.
Periodo de vigencia de la promoción. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	24.
Periodos de rebajas: Determinación. (Ver: Ventas en rebajas: Los periodos de rebajas).	26.
Personas físicas. (Ver ámbito de aplicación de la Ley. Actividad comercial: prohibiciones).	10.
Personas jurídicas. (Ver ámbito de aplicación de la Ley. Actividad comercial: prohibiciones).	10.
Plan General de Equipamientos Comerciales: P.G.E.C.	19.
Plan General de Equipamientos Comerciales: P.G.E.C. Aprobación del Plan y plazos.	20.
Plan General de Equipamientos Comerciales: P.G.E.C. Objetivos.	19.
Plan General de Equipamientos Comerciales: P.G.E.C. Objeto.	19.
Precio anterior o habitual. (Ver: Ventas promocionales: Requisitos generales).	24.
Precio anterior y precio reducido. (Ver: Ventas promocionales: Etiquetaje e información).	24.
Precio anterior y precio reducido. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	24.
Precio de Venta al Público: Composición del P.V.P.	13.
Precios: Exigibilidad de los anunciados.	15.
Precios: Indicación de los precios de productos a granel.	14.
Precios: Indicación de los precios de productos en las ventas a plazos.	14.
Precios: Indicación de los precios de productos ofertados a distancia.	14.
Precios: Indicación de los precios de productos. Excepciones.	14.
Precios: Indicación de los precios de productos. Información que se debe especificar.	14.
Precios: Indicación de los precios de productos. Obligación.	14.
Precios: Indicación de los precios de productos. Precios diferentes en un mismo producto.	14.
Precios: Libertad de fijación.	13.
Precios: Obligación de su exhibición al público. (Ver: Precios; Indicación de los precios de los productos).	14.
Presentación y etiquetado de productos. (Ver: El ejercicio de la actividad comercial).	12.
Prestación de fianzas. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.
Prestación de garantías. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.
Prestación de seguros. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.



	<i>Páginas</i>
Principio de defensa de los intereses consumidores y usuarios. (Ver: Promoción de la actividad comercial: Principios ordenadores).	25.
Principio de economía de mercado. (Ver principios aplicables al ejercicio de la actividad comercial).	11.
Principio de libertad de empresa. (Ver principios aplicables al ejercicio de la actividad comercial).	11.
Principio de libre competencia. (Ver principios aplicables al ejercicio de la actividad comercial).	11.
Principio de libre y leal competencia. (Ver: Promoción de la actividad comercial: Principios ordenadores).	11.
Principios aplicables al ejercicio de la actividad comercial.	11.
Productos a ofertar en rebajas: Periodo de no haber sido objeto de otra modalidad de promoción. (Ver: Ventas en rebajas: Prohibiciones).	26.
Productos adquiridos exclusivamente para rebajas: Prohibición. (Ver: Ventas en rebajas: Prohibiciones).	26.
Productos de grandes dimensiones: Comercio de. (Ver: Grandes Establecimientos Comerciales: Excepciones).	18.
Productos de naturaleza estacional: Venta ambulante de. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias: Modalidades).	22.
Productos deteriorados: Prohibición. (Ver: Ventas en rebajas: Prohibiciones).	26.
Productos objeto de ventas de saldo: Con desperfectos. (Ver: Ventas de saldo: Concepto).	28.
Productos objeto de ventas de saldo: Deteriorados. (Ver: Ventas de saldo: Concepto).	28.
Productos objeto de ventas de saldo: En desuso. (Ver: Ventas de saldo: Concepto).	28.
Productos objeto de ventas de saldo: No comportar riesgos. (Ver: Ventas de saldo: Concepto.).	28.
Productos objeto de ventas de saldo: Obsoletos. (Ver: Ventas de saldo: Concepto).	28.
Productos típicos y artesanales. (Ver: Información sobre Mercadillos y Mercados de Ocasión).	20.
Promoción de la actividad comercial. (Ver: Actuación pública sobre la actividad comercial).	29.
Promoción de la actividad comercial: Gobierno de La Rioja. (Ver: Promoción de la actividad comercial: Organismo responsable).	29.
Promoción de la actividad comercial: Organismo responsable. (Ver: Promoción de la actividad comercial).	29.
Promoción de la actividad comercial: Principios ordenadores. (Ver: Promoción de la actividad comercial).	29.
Publicidad en rebajas: Relación con las existencias. (Ver: Ventas en rebajas: Existencias; Ventas en rebajas).	26.
R	
Reanudación del periodo de prescripción: Paralización del expediente sancionador. (Ver: Infracciones: Interrupción del periodo de prescripción).	30.
Reanudación del periodo de prescripción: Paralización del procedimiento de ejecución. (Ver: Sanciones: Interrupción del periodo de prescripción).	30.
Regimen de la Seguridad Social. (Ver: obligaciones administrativas para el ejercicio del comercio).	11.



	<i>Páginas</i>
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Objeto.	12.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Finalidades.	12.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Secciones.	13.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Carácter público.	12.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Carácter obligatorio de la inscripción.	12.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Obtención de ayudas.	13.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Comunicación del cese de la actividad.	13.
Registro Especial de Comerciantes y Actividades Comerciales de La Rioja: Comunicación de modificación de datos.	13.
Reserva del producto solicitado. (Ver: Existencias: Control de.; Ventas promocionales: Publicidad de las).	25.
S	
Sanciones por infracciones graves: Prescripción. (Ver: Sanciones: Prescripción de las).	30.
Sanciones por infracciones leves: Prescripción. (Ver: Sanciones: Prescripción de las).	30.
Sanciones por infracciones muy graves: Prescripción. (Ver: Sanciones: Prescripción de las).	30.
Sanciones: Interrupción del periodo de prescripción.	30.
Sanciones: Plazos de prescripción. (Ver: Sanciones: Prescripción de las).	30.
Sanciones: Prescripción de las.	30.
Solicitud de autorización municipal. (Ver: Ventas en pública subasta: Ventas ocasionales).	23.
Sorteos: Legislación aplicable. (Ver: Ventas con obsequio).	26.
Subastas de títulos valores. (Ver: Ventas en pública subasta: Exclusiones).	23.
Subastas en lonjas. (Ver: Ventas en pública subasta: Exclusiones).	23.
Subastas judiciales o administrativas. (Ver: Ventas en pública subasta: Exclusiones).	23.
Superficie útil. (Ver: Gran Establecimiento Comercial).	19.
Superficies acotadas. (Ver: Mercadillos).	20.
Sustitución del producto. (Ver: Existencias: Control de.; Ventas promocionales: Publicidad de las).	25.

**T****Tasa por tramitación administrativa de la Licencia Comercial Específica.***Páginas*

19.

Tiendas de Conveniencia: definición. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).

16.

Tipos de ventas promocionales. (Ver: Ventas promocionales).

24.

V**Venta a pérdida: Aceptación de facturas.**

13.

Venta a pérdida: Concepto.

13.

Venta a pérdida: Excepciones a la prohibición para su realización.

14.

Venta a pérdida: Precio de factura.

13.

Venta a pérdida: Precio de reposición.

13.

Venta a pérdida: Productos fabricados por el propio comerciante.

13.

Venta a pérdida: Prohibición.

14.

Venta al por menor de productos de pastelería y repostería, pan y platos preparados. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).

16.

Venta Ambulante. (Ver: Mercados Ocasionales: Autorización).

20.

Venta de combustibles y carburantes. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).

16.

Venta de periódicos, revistas, etc. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).

16.

Venta en liquidación: Duración. (Ver: Venta en liquidación).

28.

Venta en liquidación: Publicidad.

28.

Venta en liquidación: Requisitos.

27.

Venta en liquidación: Restricciones. (Ver: Venta en liquidación).

27.

Venta en Parques temáticos. (Ver: Gran Establecimientos Comerciales: Excepciones).

18.

Venta promocional: Anuncio. (Ver: Ventas promocionales; Ventas en promoción: Sobre los artículos promocionados).

24.

Ventas a distancia: Concepto. (Ver: Autorización para las ventas a distancia).

23; 11.

Ventas a distancia: Regulación.

23.

Ventas a domicilio: Concepto. (Ver: Autorización para ventas a domicilio).

22; 11.

Ventas a domicilio: Excepciones.

22.



	<i>Páginas</i>
Ventas a domicilio: Obligación de información.	22.
Ventas a domicilio: Productos objeto de venta.	22.
Ventas a domicilio: Publicidad de la oferta.	22.
Ventas ambulantes o no sedentarias: Autorización. (Ver: Autorización para la venta ambulante).	21; 11.
Ventas ambulantes o no sedentarias: Concepto.	21.
Ventas ambulantes o no sedentarias: Modalidades. (Ver: Venta ambulante en mercados fijos; Venta ambulante en mercados periódicos; Venta ambulante en mercados ocasionales; Venta ambulante de productos de naturaleza estacional; venta ambulante en Vehículos-tienda).	22.
Ventas ambulantes o no sedentarias: Obligación del comerciante de informar al consumidor.	22.
Ventas ambulantes o no sedentarias: Productos prohibidos para la venta.	21.
Ventas ambulantes o no sedentarias: Prohibiciones.	21.
Ventas automáticas: Concepto. (Ver: Autorización para ventas automáticas).	23; 11.
Ventas automáticas: Requisitos de las máquinas.	23.
Ventas con descuento: Concepto.	28.
Ventas con descuento: Condiciones. (Ver: Ventas con descuento).	28.
Ventas con descuento: Criterios frente al agotamiento de existencias. (Ver: Ventas con descuento: De las existencias; Ventas con descuento).	28.
Ventas con descuento: De las existencias. (Ver: Ventas con descuento).	28.
Ventas con descuento: Disposición de existencias. (Ver: Ventas con descuento: Condiciones; Ventas con descuento).	28.
Ventas con descuento: Prohibición de venta de productos deteriorados. (Ver: Ventas con descuento: Condiciones; Ventas con descuento).	28.
Ventas con obsequio. (Ver: Ventas promocionales).	24.
Ventas con obsequio: Concepto.	25.
Ventas con obsequio: Legislación aplicable. (Ver: Ventas con obsequio).	26.
Ventas con obsequio: Plazos de entrega de productos o servicios. (Ver: Ventas con obsequio: Requisitos).	25.
Ventas con obsequio: Requisitos. (Ver: Ventas promocionales)	25; 24.
Ventas de saldo. (Ver: Ventas con obsequio; Ventas en rebajas; Ventas en liquidación; Ventas de saldo; Ventas con descuento).	24.
Ventas de saldo: Comunicación a organismo competente. (Ver: Ventas de saldo: Tipo de establecimientos; Ventas de saldo).	28.
Ventas de saldo: Concepto.	28.
Ventas de saldo: Establecimientos especializados. (Ver: Ventas de saldo: Tipo de establecimientos; Ventas de saldo).	28.
Ventas de saldo: Establecimientos no especializados en las ventas. (Ver: Ventas de saldo: Tipo de establecimientos; Ventas de saldo).	28.



Ventas de saldo: Publicidad. (Ver: Ventas de saldo: Concepto).	<i>Páginas</i> 28.
Ventas de saldo: Tipo de establecimientos. (Ver: Ventas de saldo).	28.
Ventas en liquidación. (Ver: Ventas con obsequio; Ventas en rebajas; Ventas en liquidación; Ventas de saldo; Ventas con descuento).	24.
Ventas en liquidación: Concepto.	27.
Ventas en maquina instaladas en establecimiento con vendedor. (Ver: Ventas automáticas: Concepto).	23.
Ventas en promoción: Sobre los artículos promocionados. (Ver Ventas promocionales).	25.
Ventas en pública subasta: Concepto. (Ver: Autorización para ventas en pública subasta).	23; 11.
Ventas en pública subasta: Exclusiones.	23.
Ventas en pública subasta: (Ventas ocasionales).	23.
Ventas en rebajas. (Ver: Ventas promocionales).	24.
Ventas en rebajas: Anuncio de fecha de inicio. (Ver: Ventas en rebajas).	27.
Ventas en rebajas: Anuncio de finalización. (Ver: Ventas en rebajas).	27.
Ventas en rebajas: Concepto.	26.
Ventas en rebajas: Existencias. (Ver: Ventas en rebajas).	26.
Ventas en rebajas: Fechas y duración de los periodos. (Ver: Ventas en rebajas).	27.
Ventas en rebajas: Información. (Ver: Ventas en rebajas).	27.
Ventas en rebajas: Medios de pago. (Ver: Ventas en rebajas).	26.
Ventas en rebajas: Prohibiciones. (Ver: ventas en rebajas).	26.
Ventas en rebajas: Separación de los productos. (Ver: Ventas en rebajas).	27.
Ventas especiales. (Ver: Ventas ambulantes o no sedentarias: Ventas a domicilio; Ventas a distancia; Ventas automáticas; Ventas en pública subasta).	21; 22.
Ventas especiales: Concepto.	21.
Ventas especiales: Principio general.	21.
Ventas especiales: Requisitos.	21.
Ventas promocionales. (Ver: Ventas con obsequio; Ventas en rebajas; Ventas en liquidación; Ventas de saldo; Ventas con descuento).	24.
Ventas promocionales: Concepto general.	24.



Ventas promocionales: Etiquetaje e información. (Ver: Ventas promocionales: Requisitos generales).	<i>Páginas</i> 24.
Ventas promocionales: Medios de pago. (Ver: Ventas promocionales: Requisitos generales).	24.
Ventas promocionales: Prohibiciones. (Ver: Ventas promocionales: Publicidad de las).	25.
Ventas promocionales: Publicidad de las. (Ver: Ventas promocionales).	24.
Ventas promocionales: Requisitos generales.	24.
Viveros de venta al por menor. (Ver: Grandes Establecimientos Comerciales: Excepciones).	18.
Z	
Zonas o municipios de gran afluencia turística. (Ver: Establecimientos con plena libertad de horarios).	16.