

## Presidència de la Generalitat

LLEI 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de Comerç de la Comunitat Valenciana. [2011/3376]

Sia notori i manifest a tots els ciutadans que Les Corts han aprovat i jo, d'acord amb el que estableixen la Constitució i l'Estatut d'Autonomia, en nom del rei, promulgue la Llei següent:

### PREÀMBUL

#### I

La Llei 8/1986, de 29 de desembre, de la Generalitat, d'Ordenació del Comerç i Superfícies Comercials, va ser una llei moderna i de les primeres a Espanya a regular l'activitat comercial i la implantació de grans establiments comercials, que s'anticipava, fins i tot, a la intervenció normativa estatal que no es va produir fins a la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista.

L'evolució econòmica i, sobretot, la normativa que ha tingut lloc durant les més de dues dècades de vigència de la Llei 8/1986 imposen no només la seua modificació, sinó també la seua substitució, a causa de l'important abast que n'implicaria la simple modificació.

Des del punt de vista econòmic, cal adoptar mesures que milloren la competitivitat de la Comunitat Valenciana. En este ordre de coses, l'objectiu de la llei és promoure el comerç eliminant intervencions normatives que en el moment actual han esdevingut innecessàries i que limiten la llibertat d'empresa i d'establiment, així com la lliure circulació de servicis i productes. Esta aposta per la llibertat ha de fer-se, necessàriament, respectant altres interessos generals que puguem resultar afectats per l'exercici de la llibertat d'empresa i, en especial, la protecció dels consumidors, la formació, els hàbits i les preferències de compra dels quals han canviat, però el paper d'àrbitre de la qual entre l'oferta i la demanda ha de continuar garantint-se.

Des del punt de vista normatiu, la Directiva 2005/29/CE, del Parlament i del Consell, d'11 de maig de 2005, relativa a les pràctiques comercials deslleials de les empreses en les seues relacions amb els consumidors en el mercat interior i, posteriorment, la Directiva 2006/123/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als servicis en el mercat interior, la promulgació de la qual en l'àmbit comunitari obeeix precisament a les raons econòmiques mencionades, obliguen a modificar la legislació autonòmica per a adequar-la a estes normes.

Ambdues directives conduïxen a una modernització de la regulació del comerç que liberalitza les condicions de l'exercici de l'activitat comercial, l'obertura d'establiments i l'organització de les vendes d'establiment comercial i promocionals, mitjançant l'eliminació dels obstacles normatius a la llibertat d'establiment i a l'exercici de l'activitat comercial que no es justifiquen en l'interés general i que no siguen necessaris i proporcionals per al dit interés general.

Esta llei també ha de tenir en consideració l'adaptació de les directives realitzada pel legislador estatal. Esta adaptació s'ha plasmat, principalment, en la Llei 29/2009, de 30 de desembre, per la qual es va modificar el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat per a la millora de la protecció dels consumidors i usuaris, d'una banda, i, d'altra banda, en les lleis 17/2009, de 23 de novembre, sobre el lliure accés a les activitats de servicis i el seu exercici, 25/2009, de 22 de desembre, de modificació de diverses lleis per a la seua adaptació a la Llei sobre el lliure accés a les activitats de servicis i el seu exercici; i en la Llei 1/2010, d'1 de març, de reforma de la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista.

Finalment, la necessària reforma s'ha aprofitat per a abordar la regulació del comerç de manera àmplia i sistemàtica, incorporant al text legal la regulació dels horaris comercials i de la governança del sector. En matèria d'horaris és imprescindible tenir en compte la Llei Orgànica 2/1996, de 15 de gener, complementària de la d'Ordenació del Comerç Detallista, i les posteriors modificacions.

Esta aproximació àmplia justifica l'estructura de la llei en set títols: el primer conté les disposicions generals, el segon regula l'exercici de

## Presidencia de la Generalitat

LEY 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana. [2011/3376]

Sea notorio y manifiesto a todos los ciudadanos que Les Corts han aprobado y yo, de acuerdo con lo establecido por la Constitución y el Estatuto de Autonomía, en nombre del rey, promulgo la siguiente Ley:

### PREÁMBULO

#### I

La Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales, fue una ley moderna y de las primeras en España en regular la actividad comercial y la implantación de grandes establecimientos comerciales, anticipándose, incluso, a la intervención normativa estatal, que no se produjo hasta la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

La evolución económica y, sobre todo, la normativa que ha tenido lugar durante las más de dos décadas de vigencia de la Ley 8/1986 imponen no sólo su modificación sino su sustitución, debido al importante alcance que implicaría la simple modificación.

Desde el punto de vista económico, es necesario adoptar medidas que mejoren la competitividad de la Comunitat Valenciana. En este orden de cosas, el objetivo de la ley es promover el comercio, eliminando intervenciones normativas que en el momento actual han devenido innecesarias, y que limitan la libertad de empresa y de establecimiento, así como la libre circulación de servicios y productos. Esta apuesta por la libertad debe necesariamente hacerse respetando otros intereses generales que pueden verse afectados por el ejercicio de la libertad de empresa y, en especial, la protección de los consumidores, cuya formación, hábitos y preferencias de compra han ido cambiando, pero cuyo papel de árbitro entre la oferta y la demanda debe seguir garantizándose.

Desde el punto de vista normativo, la Directiva 2005/29/CE, del Parlamento y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior y, posteriormente, la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, cuya promulgación en el ámbito comunitario obedece precisament a las razones económicas mencionadas, obligan a modificar la legislación autonómica para adecuarla a estas normas.

Ambas directives conducen a una modernización de la regulación del comercio, liberalizando las condiciones del ejercicio de la actividad comercial, la apertura de establecimientos y la organización de las ventas fuera de establecimiento comercial y promocionales, mediante la eliminación de los obstáculos normativos a la libertad de establecimiento y al ejercicio de la actividad comercial que no se justifiquen en el interés general y que no sean necesarios y proporcionales para alcanzar dicho interés general.

La presente ley también tiene que tomar en consideración la adaptación de las Directivas realizada por el legislador estatal. Esta adaptación se ha plasmado principalmente, por una parte, en la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modificó el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, y, por otra parte, en las leyes 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Por último, la necesaria reforma se ha aprovechado para abordar la regulación del comercio de forma amplia y sistemática, incorporando al texto legal la regulación de los horarios comerciales y de la gobernanza del sector. En materia de horarios es imprescindible tener en cuenta la Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, y sus posteriores modificaciones.

Esta aproximación amplia justifica la estructura de la ley en siete títulos: el primero contiene las disposiciones generales, el segundo

L'activitat comercial, el tercer es dedica a les relacions i implicacions entre el comerç i el territori on s'hi exercix, els dos següents a regular les vendes de establiment comercial i les vendes promocionals, el títol VI tracta de la governança i, finalment, la llei acaba amb la fixació del règim d'infraccions i sancions.

## II

El nou text legal de regulació del comerç es basa en les competències que la Generalitat té reconegudes en l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana.

L'article 49.1.35.<sup>a</sup> de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana atribueix a la Generalitat competència exclusiva en matèria de comerç interior i defensa del consumidor i de l'usuari, sense perjudici de la política general de preus, la lliure circulació de béns, la legislació sobre la defensa de la competència i la legislació de l'Estat.

Així, la Generalitat, respectant les competències concurrents de l'Estat, és la competent per a la transposició al nostre ordenament de les directives 2005/29/CE i 2006/123/CE. El mateix Estatut d'Autonomia, en l'article 49.4, reconeix expressament la competència exclusiva de la Generalitat per al desplegament i l'execució de la legislació de la Unió Europea en aquelles matèries que siguen de la seua competència.

Els títols competencials en matèria de comerç interior i defensa dels consumidors faculen per a regular, de manera àmplia i global, tota la matèria objecte d'esta llei. No obstant això, en esta matèria incidixen altres títols competencials que també atribueixen, igualment, competències exclusives.

Seguint l'ordre de la llei, la Generalitat està facultada per a regular els registres comercials amb base en la regla 32.<sup>a</sup> de l'article 49.1 de l'Estatut, que li atribueix competència exclusiva per a regular les estadístiques d'interès autòmic.

Respecte a la regulació del comerç i el territori, adquireixen especial importància els títols competencials exclusius en matèria d'ordenació del territori, urbanisme i protecció del patrimoni historicoartístic continguts en les regles 5.<sup>a</sup> i 9.<sup>a</sup> de l'article 49.1 de l'Estatut d'Autonomia. I també les relatives a infraestructures i medi ambient contingudes en les regles 13.<sup>a</sup>, 14.<sup>a</sup>, 15.<sup>a</sup> i 16.<sup>a</sup> del mateix precepte estatutari.

En relació amb les vendes fora d'establiment mercantil i vendes promocionals, a més de les ja mencionades, la Generalitat té, en virtut de la regla 29.<sup>a</sup> de l'article 49.1, competències exclusives per a regular la publicitat, sense perjudici de la normativa sectorial estatal.

## III

Amb l'objectiu de regular de forma àmplia i sistemàtica l'activitat comercial, en el títol I, dedicat a les disposicions generals i conceptes bàsics, es determina l'àmbit d'aplicació de la llei. Esta té com a objecte l'ordenació i el foment de l'activitat comercial en el territori de la Comunitat Valenciana, entenent-se per activitat comercial tant la de caràcter majorista com detallista. Esta última, de manera respectuosa amb les competències de l'Estat desplegades en la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, s'ha definit com la que es desenvolupa professionalment amb ànim de lucre consistent en l'oferta de qualsevol classe d'articles i/o servicis als destinataris finals, utilitzant o no un establiment.

La llei partix, en el títol II, de la llibertat d'exercici de l'activitat comercial, i simplifica els requisits exigits en relació amb l'obligació d'inscripció registral dels oferents dels productes i servicis. Per exigències de la Directiva 2006/123/CE, s'ha substituït, amb caràcter general, l'obligació d'inscripció prèvia en el Registre d'Activitats Comercials per una obligació de comunicació, en un termini màxim de tres mesos des de l'inici de l'activitat, principalment als efectes estadístics. Igualment, cal destacar la creació del Registre de Mercats de Venda No Sedentària, que complementa la inscripció individualitzada dels comerciants que practiquen esta modalitat de venda.

La llei reconeix la llibertat de preus i de configuració de la mateixa oferta, però sense deixar desprotegits els interessos generals, en especi-

regula el exercicio de la actividad comercial, el tercero se dedica a las relaciones e implicaciones entre el comercio y el territorio en el que se ejerce, los dos siguientes a regular las ventas fuera de establecimiento comercial y las ventas promocionales, el título VI trata de la gobernanza y, por último, la ley termina con la fijación del régimen de infracciones y sanciones.

## II

El nuevo texto legal de regulación del comercio se basa en las competencias que la Generalitat tiene reconocidas en el Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana.

El artículo 49.1.35.<sup>a</sup> del Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana atribuye a la Generalitat competencia exclusiva en materia de comercio interior y defensa del consumidor y del usuario, sin perjuicio de la política general de precios, la libre circulación de bienes, la legislación sobre la defensa de la competencia y la legislación del Estado.

Así, la Generalitat, respetando las competencias concurrentes del Estado, es la competente para la trasposición a nuestro ordenamiento de las directivas 2005/29/CE y 2006/123/CE. El propio Estatut d'Autonomia, en su artículo 49.4, reconoce expresamente la competencia exclusiva de la Generalitat para el desarrollo y ejecución de la legislación de la Unión Europea, en aquellas materias que sean de su competencia.

Los títulos competenciales en materia de comercio interior y defensa de los consumidores facultan para regular, de manera amplia y global, toda la materia objeto de esta ley. Sin embargo, en esta materia inciden otros títulos competenciales que también atribuyen, igualmente, competencias exclusivas.

Siguiendo el orden de la ley, la Generalitat está facultada para regular los registros comerciales con base en la regla 32.<sup>a</sup> del artículo 49.1 del Estatut, que le atribuye competencia exclusiva para regular las estadísticas de interés autómico.

Respecto a la regulación del comercio y territorio, adquieren especial importancia los títulos competenciales exclusivos en materia de ordenación del territorio, urbanismo y protección del patrimonio histórico-artístico contenidos en las reglas 5.<sup>a</sup> y 9.<sup>a</sup> del artículo 49.1 del Estatut d'Autonomia. Y también las relativas a infraestructuras y medio ambiente contenidas en las reglas 13.<sup>a</sup>, 14.<sup>a</sup>, 15.<sup>a</sup> y 16.<sup>a</sup> del mismo precepto estatutario.

En relación con las ventas fuera de establecimiento mercantil y ventas promocionales, además de las ya mencionadas, la Generalitat tiene, en virtud de la regla 29.<sup>a</sup> del artículo 49.1, competencias exclusivas para regular la publicidad, sin perjuicio de la normativa sectorial estatal.

## III

Con el objetivo de regular de forma amplia y sistemática la actividad comercial, en el título I, dedicado a las disposiciones generales y conceptos básicos, se determina el ámbito de aplicación de la ley. Ésta tiene por objeto la ordenación y el fomento de la actividad comercial en el territorio de la Comunitat Valenciana, entendiéndose por actividad comercial tanto la de carácter mayorista como minorista. Esta última, de forma respetuosa con las competencias del Estado, desarrolladas en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, se ha definido como la que se desarrolla profesionalmente con ánimo de lucro consistente en la oferta de cualquier clase de artículos y/o servicios a los destinatarios finales, utilizando o no un establecimiento.

La ley parte, en su título II, de la libertad de ejercicio de la actividad comercial, simplificando los requisitos exigidos en relación con la obligación de inscripción registral de los oferentes de los productos y servicios. Por exigencias de la Directiva 2006/123/CE, se ha sustituido, con carácter general, la obligación de inscripción prèvia en el Registro de Actividades Comerciales por una obligación de comunicación, en un plazo máximo de tres meses desde el inicio de su actividad, principalmente a los efectos estadísticos. Igualmente, es de destacar la creación del Registro de Mercados de Venta No Sedentaria, que viene a complementar la inscripción individualizada de los comerciantes que practiquen esta modalidad de venta.

La ley reconoce la libertad de precios y de configuración de la propia oferta, pero sin dejar desprotegidos los intereses generales, en

al, la protecció dels consumidors. Per això, es mantenen les obligacions d'informació i s'introdueixen, excepte en el cas d'ofertes promocionals, restriccions, com la prohibició de limitar la quantitat d'articles que poden ser adquirits per cada comprador

En la mateixa línia d'abordar en conjunt la regulació de l'activitat comercial, s'introdueix en el títol II el règim general d'horaris dels establiments comercials i s'incorporen les disposicions de la Llei 8/1997, de 9 de desembre, de la Generalitat, d'Horaris Comercials de la Comunitat Valenciana, i les seues modificacions posteriors, i s'opta per la continuïtat, en establir nou diumenges i/o festius d'obertura a l'any, i s'introdueix la novetat de vincular a les administracions municipals en l'afany de compaginar els distints interessos empresarials i fórmules de negoci, fomentant-ne la competència, i contribuir a la millor satisfacció de les necessitats dels consumidors, els hàbits de compra dels quals tendixen, gradualment, a la flexibilització dels horaris d'obertura.

## IV

Una de les novetats més importants de la llei és la regulació continguda en el títol III, que porta per rúbrica «Comerç i territori», i consta de quatre capítols sobre generalitats, ordenació territorial del comerç, règim d'implantació dels establiments amb impacte territorial, i dinamització i millora d'entorns comercials urbans.

Per exigències de la Directiva 2006/123/CE, s'han suprimit tots els requisits que subordinaven la concessió de l'autorització comercial a una valoració de l'impacte de la implantació dels nous establiments comercials sobre l'oferta comercial ja existent. S'ha produït, per tant, un canvi d'orientació en la regulació de la implantació d'establiments comercials, que atén, en línia amb la norma comunitària, raons d'interès general amb base en criteris d'ordenació del territori, urbanisme, medi ambient i protecció del patrimoni artístic i cultural, i la protecció dels consumidors, entesa de conformitat amb e que disposa el text refós de la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris.

Amb caràcter general, la instal·lació d'establiments comercials no està subjecta al règim d'autorització comercial. No obstant això, l'impacte supramunicipal de la implantació de determinats establiments obliga a conciliar la planificació urbanística amb la territorial i justifica, en tals casos, l'exigència d'una autorització comercial autonòmica, prèviament a la concessió de les llicències municipals corresponents. S'ha considerat que un establiment comercial individual o col·lectiu genera impacte supramunicipal quan la seua superfície és igual o superior a 2.500 m<sup>2</sup>.

En esta nova orientació, l'ordenació territorial del comerç es deriva, també, a la realització del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana, que ha de ser promogut per la conselleria competent en matèria de comerç. L'esmentat pla definirà criteris, directrius i orientacions territorials perquè la política comercial es desenvolup de manera coherent amb la planificació territorial, assegurant-ne la coordinació i la contribució més eficaç als objectius de desenvolupament sostenible de la Comunitat Valenciana.

El pla s'emmarca en el conjunt de plans sectorials de caràcter territorial promoguts per la Generalitat, i es desenvoluparà en coherència amb l'estratègia territorial de la Comunitat Valenciana i la infraestructura verda de la Comunitat Valenciana. El pla no només definirà principis reguladors de caràcter supramunicipal que orientaran l'acció pública en la tramitació d'autoritzacions en les implantacions comercials, sinó que també aportarà valuosa informació al conjunt d'operadors del sector sobre les possibilitats de desenvolupament comercial del territori valencià.

Adquirix especial importància, també, el paper que han de tenir els ajuntaments en la definició del model comercial local, ja que la llei incorpora l'obligació que els instruments de planejament urbanístic incloguen, en la qualificació del sòl, l'ús comercial de forma diferenciada dins de la qualificació global de sòl terciari, així com distints criteris per al desenvolupament equilibrat del sòl comercial a escala local.

Tot això d'acord amb els principis de planificació urbanística dels usos comercials previstos en la disposició adicional desena de la Llei

especial, la protecció de los consumidores. Por ello, se mantienen las obligaciones de información y se introducen, salvo en el caso de ofertas promocionales, restricciones, como la prohibición de limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador.

En la misma línea de abordar en su conjunto la regulación de la actividad comercial, se introduce en el título II el régimen general de horarios de los establecimientos comerciales, incorporando las disposiciones de la Ley 8/1997, de 9 de diciembre, de la Generalitat, de Horarios Comerciales de la Comunitat Valenciana, y sus modificaciones posteriores, optando por la continuidad, al establecer nueve domingos y/o festivos de apertura al año, e introduciendo la novedad de vincular a las administraciones municipales en el empeño de compaginar los distintos intereses empresariales y fórmulas de negocio, fomentando la competencia, y contribuir a la mejor satisfacción de las necesidades de los consumidores, cuyos hábitos de compra tienden, paulatinamente, a la flexibilización de los horarios de apertura.

## IV

Una de las novedades más importantes de la ley es la regulación contenida en el título III, que lleva por rúbrica «Comercio y territorio», y consta de cuatro capítulos sobre generalidades, ordenación territorial del comercio, régimen de implantación de los establecimientos con impacto territorial, y dinamización y mejora de entornos comerciales urbanos.

Por exigencias de la Directiva 2006/123/CE, se han suprimido todos los requisitos que subordinaban la concesión de la autorización comercial a una valoración del impacto de la implantación de los nuevos establecimientos comerciales, sobre la oferta comercial ya existente. Se ha producido, pues, un cambio de orientación en la regulación de la implantación de establecimientos comerciales, que atiende, en línea con la norma comunitaria, a razones de interés general con base en criterios de ordenación del territorio, urbanismo, medioambiente y protección del patrimonio artístico y cultural y la protección de los consumidores, entendida conforme a lo dispuesto en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no está sujeta al régimen de autorización comercial. Ello no obstante, el impacto supramunicipal de la implantación de determinados establecimientos obliga a conciliar la planificación urbanística con la territorial y justifica, en dichos casos, la exigencia de una autorización comercial autonómica, previa a la concesión de las licencias municipales correspondientes. Se ha considerado que un establecimiento comercial individual o colectivo genera impacto supramunicipal cuando su superficie es igual o superior a 2.500 m<sup>2</sup>.

En esta nueva orientación, la ordenación territorial del comercio se deriva, también, a la realización del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que ha de ser promovido por la conselleria competente en materia de comercio. Dicho Plan definirá criterios, directrices y orientaciones territoriales para que la política comercial se desarrolle de forma coherente con la planificación territorial, asegurando su coordinación y su contribución más eficaz a los objetivos de desarrollo sostenible de la Comunitat Valenciana.

El Plan se enmarcará en el conjunto de planes sectoriales de carácter territorial promovidos por la Generalitat, y se desarrollará en coherencia con la estrategia territorial de la Comunitat Valenciana y la infraestructura verde de la Comunitat Valenciana. El plan no sólo definirá principios reguladores de carácter supramunicipal, que orientarán la acción pública en la tramitación de autorizaciones en las implantaciones comerciales, sino que también aportará valuosa información al conjunto de operadores del sector sobre las posibilidades de desarrollo comercial del territorio valenciano.

Cobra especial importancia, también, el papel que deben jugar los ayuntamientos en la definición del modelo comercial local, ya que la ley incorpora la obligación de que los instrumentos de planeamiento urbanístico incluyan, en la calificación del suelo, el uso comercial de forma diferenciada dentro de la calificación global de suelo terciario, así como distintos criterios para el desarrollo equilibrado del suelo comercial a escala local.

Todo ello en atención a los principios de planificación urbanística de los usos comerciales contemplados en la disposición adicional

7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, incorporada per la Llei 1/2010, d'1 de març.

La llei fa, també, una aposta decidida pel comerç urbà, ja que la Generalitat promourà la dinamització i la millora dels entorns comercials urbans, comproment-se a impulsar i donar suport als plans d'acció comercial de caràcter municipal, plans directores de comerç de caràcter supramunicipal i la realització de projectes d'urbanisme comercial que faciliten la reconversió d'espais públics i la revitalització de l'activitat econòmica de les ciutats, promovent el comerç de proximitat que evite desplaçaments i l'ús dels modes de mobilitat menys sostenibles. En esta línia, es reconeix la necessitat d'actuar en determinats àmbits urbans que, per les especials condicions urbanístiques, històriques o socials, necessiten intervencions coordinades entre les administracions, els agents econòmics i les empreses. Per primera vegada en la legislació valenciana es reconeix la figura dels centres comercials urbans, com a figures que han de naixer de la concertació entre el sector públic i privat per a la posada en marxa de projectes de millora i desenvolupament comercial d'aquells àmbits on hi ha una major concentració comercial.

## V

En els títols IV i V de la llei es regulen les vendes fora d'establiment comercial i les vendes promocionals. Quant a les primeres, a més de la regulació de la venda no sedentària, de la venda a distància i de la venda domiciliària, es regulen les vendes automàtiques, en su-bhasta i piramidal, i es respon, així, a les exigències dels sectors implicats i a l'especial tutela que requereixen en estos casos els consumidors, alhora que s'equipara la legislació autonòmica a l'estatal quant a les modalitats de vendes regulades.

Les normes de la llei són respectuoses amb les competències municipals en matèria de venda no sedentària i amb les competències estatals delegades en la Llei 7/1996, i introdueix remissions a l'esmentada normativa estatal per a evitar reiteracions.

En les vendes no sedentàries s'ha mantingut l'autorització municipal prèvia, en la mesura que este tipus d'activitat comercial requereix, habitualment, l'ús de sòl públic, que ha de conciliar-se amb raons imperioses d'interés general, com l'ordre públic, la seguretat i la salut pública. En esta modalitat de venda no és suficient un control a posteriori, perquè no permetria rescabalar els danys que l'exercici de l'activitat comercial en sòl públic o privat poguera causar a l'interés general.

La regulació de les vendes promocionals és també, en gran mesura, la transposició de la Directiva 2005/29/CE, que conté un reconeixement de drets que no pot ser superat pels estats membres i, en conseqüència, no en permet disposicions més restrictives en l'àmbit d'aplicació. Per això, s'han eliminat totes aquelles disposicions que conferien una protecció més àmplia que l'atorgada per la directiva, tenint-se en compte, alhora, la transposició feta pel legislador estatal mitjançant la mencionada Llei 29/2009, de 30 de desembre.

Les vendes promocionals s'aborden de forma nova, tant des d'un punt de vista sistemàtic, com en el seu règim substantiu. La novetat sistemàtica –inevitable, d'altra banda, atesa la impossibilitat de prohibir pràctiques comercials no prohibides per la normativa comunitària i d'introduir normes més limitadores– ha consistit a evitar, en la major mesura possible, les prohibicions absolutes i les autoritzacions prèvies, i ha optat, en canvi, per reforçar les obligacions d'informació i per introduir el principi de bona fe i veracitat com a criteris generals de control d'este tipus de vendes. Quant a les novetats substantives, es regulen les vendes de saldos i d'excedents de producció o de temporada que es fan de forma permanent en un establiment, i les ofertes en què participen una pluralitat d'establiments. Igualment, s'han regulat les pràctiques comercials que la normativa comunitària considera prohibides en qual-sevol cas, i també aquelles que han assolit una rellevància pràctica, més gran atenent els pronunciaments dels nostres tribunals i de les autoritats d'autocontrol de la publicitat.

En conseqüència, juntament amb la regulació de les modalitats típiques de vendes promocionals, com les vendes en rebaixes, vendes amb descompte, venda amb obsequi, venda en liquidació, venda de saldos i

décima de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, incorporada por la Ley 1/2010, de 1 de marzo.

La ley hace, también, una apuesta decidida por el comercio urbano, ya que la Generalitat promoverá la dinamización y mejora de los entornos comerciales urbanos, comprometiéndose a impulsar y apoyar los planes de acción comercial de carácter municipal, planes directores de comercio de carácter supramunicipal y la realización de proyectos de urbanismo comercial que propicien la reconversión de espacios públicos y la revitalización de la actividad económica de las ciudades, promoviendo el comercio de proximidad que evite desplazamientos y el uso de los modos de movilidad menos sostenibles. En esta línea, se reconoce la necesidad de actuar en determinados ámbitos urbanos que, por sus especiales condiciones urbanísticas, históricas o sociales, necesitan de intervenciones coordinadas entre las administraciones, los agentes económicos y las empresas. Por primera vez en la legislación valenciana se reconoce la figura de los centros comerciales urbanos, como figuras que deben nacer de la concertación entre el sector público y privado para la puesta en marcha de proyectos de mejora y desarrollo comercial de aquellos ámbitos donde se produce una mayor concentración comercial.

## V

En los títulos IV y V de la ley se regulan las ventas fuera de establecimiento comercial y las ventas promocionales. En cuanto a las primeras, además de la regulación de la venta no sedentaria, de la venta a distancia y de la venta domiciliaria, se regulan las ventas automáticas, en subasta y piramidal, respondiendo, de este modo, a las exigencias de los sectores implicados y a la especial tutela que requieren en estos casos los consumidores, al tiempo que se equipara la legislación autonómica a la estatal en cuanto a las modalidades de ventas reguladas.

Las normas de la ley son respetuosas con las competencias municipales en materia de venta no sedentaria, y con las competencias estatales desarrolladas en la Ley 7/1996, introduciendo remisiones a dicha normativa estatal para evitar reiteraciones.

En las ventas no sedentarias se ha mantenido la autorización municipal previa, en la medida en que este tipo de actividad comercial requiere, habitualmente, del uso de suelo público, que debe conciliarse con razones imperiosas de interés general, como el orden público, la seguridad y la salud pública. En esta modalidad de venta no es suficiente un control a posteriori, porque no permitiría resarcir los daños que el ejercicio de la actividad comercial en suelo público o privado pudiera causar al interés general.

La regulación de las ventas promocionales es también, en gran medida, la transposición de la Directiva 2005/29/CE, que contiene un reconocimiento de derechos que no puede ser superado por los estados miembros y, en consecuencia, no permite disposiciones más restrictivas en el ámbito de aplicación de la misma. Por ello, se han eliminado todas aquellas disposiciones que conferirían una protección más amplia que la otorgada por la directiva, teniéndose en cuenta, al tiempo, la transposición realizada por el legislador estatal mediante la mencionada Ley 29/2009, de 30 de diciembre.

Las ventas promocionales se abordan de forma novedosa, tanto desde un punto de vista sistemático, como en su régimen sustantivo. La novedad sistemática –inevitable, por lo demás, dada la imposibilidad de prohibir prácticas comerciales no prohibidas por la normativa comunitaria y de introducir normas más limitativas– ha consistido en evitar, en la mayor medida posible, las prohibiciones absolutas y las autorizaciones previas, optando, en cambio, por reforzar las obligaciones de información y por introducir el principio de buena fe y veracidad como criterios generales de control de este tipo de ventas. En cuanto a las novedades sustantivas, se regulan las ventas de saldos y de excedentes de producción o de temporada que se hacen de forma permanente en un establecimiento, y las ofertas en las que participan una pluralidad de establecimientos. Igualmente, se han regulado las prácticas comerciales que la normativa comunitaria considera prohibidas en todo caso y también aquellas que han alcanzado mayor relevancia práctica, atendiendo a los pronunciamientos de nuestros tribunales y de las autoridades de autocontrol de la publicidad.

En consecuencia, junto con la regulación de las modalidades típicas de ventas promocionales, como las ventas en rebajas, ventas con descuento, venta con obsequio, venta en liquidación, venta de saldos y

oferta de venda directa adquirixen especial rellevància en el capítol I, on, després de la definició de venda promocional, s'establix el principi de legalitat, veracitat i disponibilitat d'existències; i el capítol II, dedicat extensament a regular les obligacions d'informació, en particular sobre limitacions essencials de l'oferta, bases de la promoció, pluralitat d'ofertes promocionals en un establiment, pluralitat d'establiments participants en una oferta i la quantia de la reducció de preus. Així mateix, amb base en la nova definició bàsica de la venda de saldos, s'ha fixat el concepte de tendes «outlet» o «factory» com aquelles dedicades especialment a la venda promocional d'excedents de producció o de temporada.

## VI

El títol VI s'ocupa de la governança, que pretén erigir-se en un dels instruments fonamentals de la Generalitat per al foment de l'activitat comercial, que es compromet, amb esta finalitat, a la promoció de les fires comercials. La governança ha d'afavorir la competitivitat del sector, per a la qual cosa resulten imprescindibles la participació ciutadana i la simplificació dels tràmits administratius o procedimentals per mitjà de la descentralització administrativa i funcional, a la qual cosa ha de contribuir la creació de finestretes úniques. Tot això ha d'ajudar a aconseguir un comerç sostenible i de qualitat, per a una satisfacció més gran dels interessos dels consumidors.

## VII

L'últim títol de la llei conté el règim d'infraccions i sancions, al qual segueixen les disposicions addicionals, transitòries, derogatòria i finals. Entre elles cal destacar la disposició transitòria que preveu el règim aplicable respecte dels establiments comercials, mentre no s'aprove el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.

### TÍTOL I Disposicions generals

#### CAPÍTOL ÚNIC Àmbit de la llei i conceptes bàsics

##### Article 1. Objecte i àmbit d'aplicació

Esta llei té com a objecte l'ordenació i el foment de l'activitat comercial en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.

Tota referència que figure en aquesta llei en masculí neutre s'entendrà referida tant al gènere masculí com al femení.

##### Article 2. Activitat comercial

1. Als efectes d'esta llei, s'entén per activitat comercial la consistent a oferir en el mercat interior productes, naturals o elaborats, per compte propi o d'altri, així com servicis sota qualsevol forma de comercialització, venda o prestació.

2. Serà activitat comercial de caràcter detallista la que es desenrotlla professionalment amb ànim de lucre consistent en l'oferta de qualsevol classe de productes i/o servicis als destinataris finals d'estos, utilitzant o no un establiment.

3. Serà activitat comercial de caràcter majorista la que es desenrotlla professionalment amb ànim de lucre consistent en l'adquisició de productes i/o servicis i la revenda d'estos a altres comerciants, empresaris, professionals o artesans per a la transformació o incorporació en el procés de producció o en la prestació de servicis.

4. També tindrà la consideració d'activitat comercial sotmesa a esta llei la que realitze l'empresari o el professional que per compte d'una altra persona, en nom propi o d'altri promou i/o conclou actes o operacions de comerç.

##### Article 3. Qualificació i compatibilitat d'activitats

1. No es modificaran les qualificacions d'activitat comercial de caràcter detallista o majorista per l'eventual sotmetiment de les mercaderies a processos de transformació, tractament o condicionament que siguen usuals en el comerç.

oferta de venta directa, adquieren especial relevancia el capítulo I, en el que, después de la definición de venta promocional, se establece el principio de legalidad, veracidad y disponibilidad de existencias, y el capítulo II, dedicado en extenso a regular las obligaciones de información, en particular sobre limitaciones esenciales de la oferta, bases de la promoción, pluralidad de ofertas promocionales en un establecimiento, pluralidad de establecimientos participantes en una oferta y la cuantía de la reducción de precios. Asimismo, con base en la nueva definición básica de la venta de saldos, se ha fijado el concepto de tiendas «outlet» o «factory» como aquellas dedicadas especialmente a la venta promocional de excedentes de producción o de temporada.

## VI

El título VI se ocupa de la gobernanza, que pretende erigirse en uno de los instrumentos fundamentales de la Generalitat para el fomento de la actividad comercial, comprometiéndose, a tal fin, a la promoción de las ferias comerciales. La gobernanza ha de favorecer la competitividad del sector, para lo que resulta imprescindible la participación ciudadana, y la simplificación de los trámites administrativos o procedimentales mediante la descentralización administrativa y funcional, a lo que ha de contribuir la creación de ventanillas únicas. Todo ello ha de ayudar a alcanzar un comercio sostenible y de calidad, para una mayor satisfacción de los intereses de los consumidores.

## VII

El último título de la ley contiene el régimen de infracciones y sanciones, al que siguen las disposiciones adicionales, transitorias, derogatoria y finales. Entre ellas debe destacarse la disposición transitoria que prevé el régimen aplicable respecto de los establecimientos comerciales en tanto no se apruebe el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

### TÍTULO I Disposiciones generales

#### CAPÍTULO ÚNICO Ámbito de la ley y conceptos básicos

##### Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

La presente ley tiene por objeto la ordenación y el fomento de la actividad comercial en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.

Toda referencia que figure en esta ley en masculino neutro, se entenderá referida tanto al género masculino como al femenino.

##### Artículo 2. Actividad comercial

1. A los efectos de esta ley, se entiende por actividad comercial la consistente en ofrecer en el mercado interior productos, naturales o elaborados, por cuenta propia o ajena, así como servicios bajo cualquier forma de comercialización, venta o prestación.

2. Será actividad comercial de carácter minorista la que se desarrolla profesionalmente con ánimo de lucro consistente en la oferta de cualquier clase de productos y/o servicios a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

3. Será actividad comercial de carácter mayorista la que se desarrolla profesionalmente con ánimo de lucro consistente en la adquisición de productos y/o servicios, y su reventa a otros comerciantes, empresarios, profesionales o artesanos para su transformación o incorporación en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

4. También tendrá la consideración de actividad comercial sometida a esta ley la que realice el empresario o el profesional que por cuenta de otra persona, en nombre propio o ajeno, promueve y/o concluye actos u operaciones de comercio.

##### Artículo 3. Calificación y compatibilidad de actividades

1. No se modificarán las calificaciones de actividad comercial de carácter minorista o mayorista por el eventual sometimiento de las mercancías a procesos de transformación, tratamiento o acondicionamiento que sean usuales en el comercio.

2. L'activitat comercial de caràcter detallista podrà exercir-se simultàniament amb la de majorista en un mateix establiment, sempre que es mantinguen degudament diferenciades i es respecten les normes específiques aplicables a cadascuna.

#### Article 4. Activitats excloses

1. Queden excloses de l'àmbit d'aplicació de la present llei aquelles activitats comercials que tinguen una normativa pròpia, entre d'altres professions regulades, transports, crèdit, assegurances, reparacions, assessorament i assistència tècnica, i servicis turístics.

2. No obstant això, a les activitats comercials amb normativa pròpia se'ls aplicarà esta llei en tots aquells aspectes que no hagen sigut objecte d'atenció en la seua regulació específica.

3. Mitjançant disposició legal, podrà excloure's l'aplicació d'esta llei a determinades activitats comercials.

#### Article 5. Establiment comercial

1. Tindran la consideració d'establiments comercials els locals i les construccions o instal·lacions de caràcter fix i permanent, destinats a l'exercici regular d'activitats comercials, ja siga de manera continuada o en dies o en temporades determinades.

2. Queden inclosos en la definició anterior els quioscos i, en general, les instal·lacions de qualsevol classe que complisquen la finalitat assenyalada en este, sempre que tinguen el caràcter d'immobles d'acord amb l'article 334 del Codi Civil.

3. Els establiments comercials podran tenir caràcter individual o col·lectiu.

S'entén per establiments de caràcter col·lectiu aquells integrats per un conjunt de locals comercials, situats o no en un mateix recinte, on s'exercixen les respectives activitats de manera empresarialment independent i que han sigut projectats conjuntament, o bé que estan relacionats per elements privatis d'ús comú, la utilització dels quals compartixen.

## TÍTOL II Exercici de l'activitat comercial

### CAPÍTOL I Principis i condicions generals

#### Article 6. Principis

L'exercici de l'activitat comercial es desenvoluparà respectant la llibertat d'empresa en el marc de l'economia de mercat, la lleialtat de les transaccions comercials i els drets dels consumidors, així com l'ordenació del territori, l'urbanisme, el medi ambient i el patrimoni historicoartístic i cultural, i la resta de normativa vigent que siga aplicable.

#### Article 7. Condicions generals

1. Sense perjudici del que disposa la legislació vigent, en especial, la legislació mercantil, laboral, tributària i aquella que regula l'exercici de determinades professions, són condicions per a l'exercici de l'activitat comercial:

a) Complir els requisits establits per la legislació vigent que siga aplicable.

b) Acreditar la prestació de fiances exigides per la legislació vigent per a la venda de determinats productes o la prestació de determinats servicis.

2. Els ajuntaments, en l'àmbit de les seues competències, concediran les autoritzacions o llicències que resulten preceptives per a l'exercici de l'activitat comercial, després de la comprovació prèvia de l'existència dels requisits exigits per la present llei i la resta de normativa vigent.

## CAPÍTOL II Registre d'Activitats Comercials

### Secció primera Disposicions generales

#### Article 8. Concepte i fins

1. El Registre d'Activitats Comercials és un cens públic de les activitats comercials desenvolupades en l'àmbit territorial de la Comunitat

2. La actividad comercial de carácter minorista podrá ejercerse simultáneamente con la de mayorista en un mismo establecimiento, siempre que se mantengan debidamente diferenciadas y se respeten las normas específicas aplicables a cada una de ellas.

#### Artículo 4. Actividades excluidas

1. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de la presente Ley aquellas actividades comerciales que tengan una normativa propia, entre otras, profesiones reguladas, trasportes, crédito, seguros, reparaciones, asesoramiento y asistencia técnica, y servicios turísticos.

2. No obstante, a las actividades comerciales con normativa propia les será de aplicación la presente Ley en todos aquellos aspectos que no hayan sido objeto de atención en su regulación específica.

3. Mediante disposición legal podrá excluirse la aplicación de la presente ley a determinadas actividades comerciales.

#### Artículo 5. Establecimiento comercial

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma continuada o en días o en temporadas determinadas.

2. Quedan incluidos en la definición anterior los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en el mismo, siempre que tengan el carácter de inmuebles de acuerdo con el artículo 334 del Código Civil.

3. Los establecimientos comerciales podrán tener carácter individual o colectivo.

Se entiende por establecimientos de carácter colectivo aquellos integrados por un conjunto de locales comerciales, situados o no en un mismo recinto, en los que se ejercen las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente y que han sido proyectados conjuntamente, o bien que están relacionados por elementos privativos de uso común cuya utilización comparten.

## TÍTULO II Ejercicio de la actividad comercial

### CAPÍTULO I Principios y condiciones generales

#### Artículo 6. Principios

El ejercicio de la actividad comercial se desarrollará respetando la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado, la lealtad de las transacciones comerciales y los derechos de los consumidores, así como la ordenación del territorio, el urbanismo, el medio ambiente y el patrimonio histórico artístico y cultural, y demás normativa vigente que sea de aplicación.

#### Artículo 7. Condiciones generales

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación vigente, en especial, en la legislación mercantil, laboral, tributaria y en aquella que regula el ejercicio de determinadas profesiones, son condiciones para el ejercicio de la actividad comercial:

a) Cumplir con los requisitos establecidos por la legislación vigente que resulte de aplicación.

b) Acreditar la prestación de fianzas exigidas por la legislación vigente para la venta de determinados productos o la prestación de determinados servicios.

2. Los ayuntamientos, en el ámbito de sus competencias, concederán las autorizaciones o licencias que resulten preceptivas para el ejercicio de la actividad comercial, previa comprobación de la existencia de los requisitos exigidos por la presente ley y demás normativa vigente.

## CAPÍTULO II Registro de Actividades Comerciales

### Sección primera Disposiciones generales

#### Artículo 8. Concepto y fines

1. El Registro de Actividades Comerciales es un censo público de las actividades comerciales desarrolladas en el ámbito territorial de la

Valenciana, que serà gestionat per la direcció general competent en matèria de comerç interior.

2. Les finalitats del registre són:

- a) Permetre l'elaboració, explotació estadística i actualització permanent d'un cens d'activitats comercials a la Comunitat Valenciana.
- b) Proporcionar informació sobre l'evolució i transformació de les estructures i formats comercials.
- c) Contribuir a la definició de les polítiques de foment del sector comercial.
- d) Facilitar l'exercici de la funció de control i tutela dels interessos públics en l'àmbit de l'activitat comercial.
- e) Posar a la disposició dels consumidors i usuaris, així com dels empresaris, treballadors i la resta d'interessats en el comerç, informació suficient sobre el sector comercial.

Article 9. Principis de gestió

1. La gestió del Registre s'inspira en els principis d'unitat, descentralització, finestreta única i accés per mitjans electrònics en els termes establits en la normativa vigent en la matèria. Així mateix, es garantirà, en els casos i en la forma que corresponga, la interoperabilitat tècnica entre registres, de manera que siga possible l'intercanvi electrònic d'informació entre les administracions públiques implicades, incloses les dels altres estats membres de la Unió Europea.

2. En el Registre d'Activitats Comercials s'integren els registres especials de les empreses de venda a distància, de franquiciadores, d'empreses de venda a domicili, de mercats de venda no sedentària, de fires i el d'associacions de comerciants.

3. Reglamentàriament es determinaran els procediments de gestió de tots els registres, com també les fórmules de col·laboració i coordinació amb les administracions públiques.

Article 10. Inscripció

1. Les persones físiques o jurídiques que exploten un establiment comercial, o exercisquen una activitat comercial a la Comunitat Valenciana, hauran de comunicar-ho al Registre d'Activitats Comercials, en un termini màxim de tres mesos des de l'inici de la seua activitat. Queden exceptuats d'esta obligació els comerciants que practiquen la venda no sedentària en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana, sense perjudici de la seua inscripció en els registres municipals o de caràcter voluntari que, si és el cas, s'establisquen.

2. En el mateix termini de tres mesos, el titular de la inscripció haurà de comunicar, així mateix, al Registre d'Activitats Comercials, el cessament de l'activitat comercial, així com les modificacions sobrevingudes de qualsevol de les dades objecte de la inscripció.

3. Reglamentàriament es determinarà el procediment d'inscripció i les dades que hagen de ser comunicades al Registre, així com la documentació que haja de presentar-se.

#### Secció segona Registres especials

Article 11. Registre d'Empreses de Venda a Distància de la Comunitat Valenciana

1. Les persones físiques o jurídiques dedicades a la venda a distància el domicili social de les quals radique a la Comunitat Valenciana ho comunicaran, en el termini de tres mesos des de l'inici de la seua activitat, al Registre d'Empreses de Venda a Distància de la Comunitat Valenciana, integrat en el Registre d'Activitats Comercials.

2. Com a mínim, es faran constar en el registre les dades relatives a la identificació de la persona física o jurídica, productes o servicis que configuren la seua oferta comercial, àmbit comercial, lloc on els consumidors poden dirigir les seues queixes i reclamacions i, si és el cas, la possessió de certificats de qualitat acreditatius del compliment de norma de qualitat, i l'adhesió a codis de conducta o a sistemes arbitrals o de resolució extrajudicial de conflictes.

3. El Registre d'Empreses de Venda a Distància de la Comunitat Valenciana es coordinarà amb el registre corresponent de l'Estat, i comunicarà en el termini d'un mes, a l'administració General de l'Estat, la inscripció, modificació o baixa de les empreses de venda a distància.

Comunitat Valenciana, que será gestionado por la dirección general competente en materia de comercio interior.

2. Las finalidades del registro son:

- a) Permitir la elaboración, explotación estadística y actualización permanente de un censo de actividades comerciales en la Comunitat Valenciana.
- b) Proporcionar información sobre la evolución y transformación de las estructuras y formatos comerciales.
- c) Contribuir a la definición de las políticas de fomento del sector comercial.
- d) Facilitar el ejercicio de la función de control y tutela de los intereses públicos en el ámbito de la actividad comercial.
- e) Poner a disposición de los consumidores y usuarios, así como de los empresarios, trabajadores y demás interesados en el comercio, información suficiente sobre el sector comercial.

Artículo 9. Principios de gestión

1. La gestión del Registro se inspira en los principios de unidad, descentralización, ventanilla única y acceso por medios electrónicos en los términos establecidos en la normativa vigente en la materia. Asimismo se garantizará, en los casos y forma que proceda, la interoperabilidad técnica entre registros de forma que sea posible el intercambio electrónico de información entre las administraciones públicas implicadas, incluidas las de los demás estados miembros de la Unión Europea.

2. En el Registro de Actividades Comerciales se integran los registros especiales de las empresas de venta a distancia, de franquiciadoras, de empresas de venta a domicilio, de mercados de venta no sedentaria, de ferias y el de asociaciones de comerciantes.

3. Reglamentariamente se determinarán los procedimientos de gestión de todos los registros, así como las fórmulas de colaboración y coordinación con las administraciones públicas.

Artículo 10. Inscripción

1. Las personas físicas o jurídicas que exploten un establecimiento comercial, o desarrollen una actividad comercial en la Comunitat Valenciana, deberán comunicarlo al Registro de Actividades Comerciales, en un plazo máximo de tres meses desde el inicio de su actividad. Quedan exceptuados de esta obligación los comerciantes que practiquen la venta no sedentaria en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana, sin perjuicio de su inscripción en los Registros municipales o de carácter voluntario que, en su caso, se establezcan.

2. En el mismo plazo de tres meses, el titular de la inscripción deberá, asimismo, comunicar al Registro de Actividades Comerciales el cese de la actividad comercial, así como las modificaciones sobrevenidas de cualquiera de los datos objeto de la inscripción.

3. Reglamentariamente se determinará el procedimiento de inscripción y los datos que deban ser comunicados al Registro, así como la documentación que deba presentarse.

#### Sección segunda Registros especiales

Artículo 11. Registro de Empresas de Venta a Distancia de la Comunitat Valenciana

1. Las personas físicas o jurídicas dedicadas a la venta a distancia cuyo domicilio social radique en la Comunitat Valenciana lo comunicarán, en el plazo de tres meses desde el inicio de su actividad, al Registro de Empresas de Venta a Distancia de la Comunitat Valenciana, integrado en el Registro de Actividades Comerciales.

2. Como mínimo, se hará constar en el registro los datos relativos a la identificación de la persona física o jurídica, productos o servicios que configuran su oferta comercial, ámbito comercial, el lugar donde los consumidores puedan dirigir sus quejas y reclamaciones y, en su caso, la posesión de certificados de calidad acreditativos del cumplimiento de norma de calidad, y la adhesión a códigos de conducta o a sistemas arbitrals o de resolución extrajudicial de conflictos.

3. El Registro de Empresas de Venta a Distancia de la Comunitat Valenciana se coordinará con el Registro correspondiente del Estado, y comunicará, en el plazo de un mes, a la administración General del Estado, la inscripción, modificación o baja de las empresas de venta a distancia.

4. La gestió del Registre d'Empreses de Venda a Distància de la Comunitat Valenciana s'ajustarà a les disposicions legals i reglamentàries previstes per al Registre de Vendes a Distància de l'Estat.

#### Article 12. Registre de Franquiciadors de la Comunitat Valenciana

1. Les persones físiques i jurídiques que pretenguin desenvolupar l'activitat de franquiciadors, el domicili de les quals radique a la Comunitat Valenciana, hauran de comunicar-ho al Registre de Franquiciadors de la Comunitat Valenciana, integrat en el Registre d'Activitats Comercials, en el termini de tres mesos des de l'inici de la seua activitat, sense perjudici de la inscripció de cada un dels establiments franquiciats per part dels respectius titulars en l'apartat corresponent del registre.

2. El Registre de Franquiciadors de la Comunitat Valenciana es coordinarà amb el Registre de Franquiciadors de l'Estat i comunicarà, en el termini d'un mes, a l'administració General de l'Estat, la inscripció, modificació o baixa dels franquiciadors, adjuntant les dades i la documentació corresponent.

3. La gestió del Registre de Franquiciadors de la Comunitat Valenciana s'ajustarà a les disposicions legals i reglamentàries previstes per al Registre de Franquiciadors de l'Estat.

#### Article 13. Registre d'Empreses de Venda a Domicili de la Comunitat Valenciana

1. Les persones físiques i jurídiques dedicades a la venda domiciliaria en l'àmbit de la Comunitat Valenciana ho comunicaran, en el termini de tres mesos des de l'inici de la seua activitat, al Registre d'Empreses de Venda a Domicili de la Comunitat Valenciana, integrat en el Registre d'Activitats Comercials.

2. Reglamentàriament, es determinaran les dades que hagen de ser facilitades al registre, entre les quals han de constar la identificació de la persona física o jurídica, productes o servicis que configuren la seua oferta comercial, relació de venedors, àmbit comercial, lloc on els consumidors poden dirigir les seues queixes i reclamacions posteriorment i justificació de la constitució de la fiança preceptiva.

#### Article 14. Registre de Mercats de Venda No Sedentària de la Comunitat Valenciana

1. La creació, ampliació i modificació de mercats de venda no sedentària haurà de ser comunicada per l'ajuntament corresponent al Registre de Mercats de Venda No Sedentària de la Comunitat Valenciana, en el termini i en la forma que s'establisca reglamentàriament. Això, sense perjudici dels informes previs que, en estos casos, corresponga emetre a la direcció general competent en matèria de comerç interior.

2. Es podrà establir reglamentàriament un registre de comerciants ambulants o no sedentaris, que tindrà caràcter voluntari i estarà coordinat amb altres registres constituïts per les autoritats competents a atorgar les autoritzacions per a l'exercici de la venda no sedentària.

#### Article 15. Registre de Fires Comercials

1. La conselleria competent en matèria de comerç mantindrà un Registre de Fires Comercials, on s'inscriuran les fires comercials que tinguen lloc a la Comunitat Valenciana.

2. Reglamentàriament, es determinaran les dades que hagen de ser facilitades al registre, entre les quals han de constar la denominació, àmbit territorial, duració, dates i localitat on se realitze la fira comercial, així com l'oferta de servicis als expositors i la gamma de productes a exposar.

#### Article 16. Registre d'Associacions de Comerciants de la Comunitat Valenciana

1. Podran inscriure's, amb caràcter voluntari, en el Registre d'Associacions de Comerciants de la Comunitat Valenciana, les associacions amb domicili social a la Comunitat Valenciana que agrupen empreses de comerç majorista o detallista, que desenvolupen la seua activitat i disposen de domicili dins de l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana i que es troben formalment constituïdes i inscrites en els registres corresponents.

4. La gestión del Registro de Empresas de Venta a Distancia de la Comunitat Valenciana se ajustará a las disposiciones legales y reglamentarias previstas para el Registro de Ventas a Distancia del Estado.

#### Artículo 12. Registro de Franquiciadores de la Comunitat Valenciana

1. Las personas físicas y jurídicas que pretendan desarrollar la actividad de franquiciadores, cuyo domicilio radique en la Comunitat Valenciana, deberán comunicarlo al Registro de Franquiciadores de la Comunitat Valenciana, integrado en el Registro de Actividades Comerciales, en el plazo de tres meses desde el inicio de su actividad, sin perjuicio de la inscripción de cada uno de los establecimientos franquiciados por parte de sus respectivos titulares en el apartado correspondiente del registro.

2. El Registro de Franquiciadores de la Comunitat Valenciana se coordinará con el Registro de Franquiciadores del Estado, y comunicará, en el plazo de un mes, a la administración General del Estado, la inscripción, modificación o baja de los franquiciadores, adjuntando los datos y la documentación correspondiente.

3. La gestión del Registro de Franquiciadores de la Comunitat Valenciana se ajustará a las disposiciones legales y reglamentarias previstas para el Registro de Franquiciadores del Estado.

#### Artículo 13. Registro de Empresas de Venta a Domicilio de la Comunitat Valenciana

1. Las personas físicas y jurídicas dedicadas a la venta domiciliaria en el ámbito de la Comunitat Valenciana lo comunicarán, en el plazo de tres meses desde el inicio de su actividad, al Registro de Empresas de Venta a Domicilio de la Comunitat Valenciana, integrado en el Registro de Actividades Comerciales.

2. Reglamentariamente se determinarán los datos que deban ser facilitados al registro, entre los que debe constar la identificación de la persona física o jurídica, productos o servicios que configuran su oferta comercial, relación de vendedores, ámbito comercial, el lugar donde los consumidores puedan dirigir sus quejas y reclamaciones posteriorment e y justificac ión de la constitución de la fianza preceptiva.

#### Artículo 14. Registro de Mercados de Venta No Sedentaria de la Comunitat Valenciana

1. La creación, ampliación y modificación de mercados de venta no sedentaria deberá ser comunicada por el ayuntamiento correspondiente al Registro de Mercados de Venta No Sedentaria de la Comunitat Valenciana, en el plazo y forma que se establezca reglamentariamente. Ello sin perjuicio de los informes previos que, en estos casos, corresponda emitir a la dirección general competente en materia de comercio interior.

2. Se podrá establecer reglamentariamente un registro de comerciantes ambulantes o no sedentarios, que tendrá carácter voluntario y estará coordinado con otros registros constituídos por las autoridades competentes en otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta no sedentaria.

#### Artículo 15. Registro de Ferias Comerciales

1. La conselleria competente en materia de comercio mantendrá un Registro de Ferias Comerciales, donde se inscribirán las ferias comerciales que tengan lugar en la Comunitat Valenciana.

2. Reglamentariamente se determinarán los datos que deban ser facilitados al registro, entre los que debe constar la denominación, ámbito territorial, duración, fechas y localidad en que se realice la feria comercial, así como la oferta de servicios a los expositores y la gama de productos a exponer.

#### Artículo 16. Registro de Asociaciones de Comerciantes de la Comunitat Valenciana

1. Podrán inscribirse, con carácter voluntario, en el Registro de Asociaciones de Comerciantes de la Comunitat Valenciana, las asociaciones con domicilio social en la Comunitat Valenciana, que agrupen empresas de comercio mayorista o minorista, que desarrollen su actividad y dispongan de domicilio dentro del ámbito territorial de la Comunitat Valenciana y que se hallen formalmente constituídas e inscritas en los registros correspondientes.



2. La inscripció en el registre serà condició indispensable perquè una associació de comerciants pugua optar a una convocatòria d'ajudes en matèria de comerç.

**CAPÍTOL III**  
Horaris comercials

Secció primera  
Horari general

**Article 17. Horari general**

1. L'horari global en què els establiments comercials podran desenvolupar la seua activitat durant el conjunt de dies laborables de la setmana serà, com a màxim, de 90 hores.

2. Amb caràcter general, els diumenges i dies festius es consideren no laborables. No obstant això, s'habilitaran per a cada exercici comercial nou diumenges o dies festius en què els establiments podran romandre oberts al públic per a desenvolupar la seua activitat comercial.

3. L'horari màxim d'obertura per als diumenges o dies festius que s'habiliten serà de 12 hores.

**Article 18. Calendari de diumenges i altres dies festius**

1. El calendari de diumenges o dies festius que s'habiliten per a un període de 12 mesos, que podrà no coincidir amb l'any natural, es determinarà mitjançant resolució de la conselleria competent en matèria de comerç, amb un informe previ de l'Observatori del Comerç Valencià.

2. L'informe de l'Observatori vetlarà pels interessos dels consumidors i usuaris, de manera que es proposen per a l'habilitació comercial els diumenges i/o dies festius que oferisquen atractiu comercial per a aquells.

3. Es faculta els ajuntaments perquè puguen substituir fins a dos diumenges o dies festius dels habilitats, per dos dies festius en el seu àmbit local. La decisió que s'hi adopte serà d'obligat compliment per a tots els establiments que no puguen acollir-se al règim de llibertat horària. L'esmentada determinació haurà de ser adoptada per l'òrgan municipal competent, oït el Consell Local de Comerç o, si no n'hi ha, oïdes les associacions locals de comerciants, i s'haurà de comunicar a la conselleria competent en matèria de comerç, en el termini que s'establisca reglamentàriament.

**Article 19. Fixació de l'horari comercial**

L'horari d'obertura i tancament dels locals comercials serà lliurement fixat per cada comerciant, respectant, en tot cas, els límits màxims establits per la present llei que hi siguen aplicables, sense perjudici del que s'ha establert, per raons d'ordre públic, en una altra normativa aplicable.

**Article 20. Publicitat d'horaris**

Els establiments comercials hauran d'exposar, en els accessos i de manera visible des de l'exterior del local, els dies i les hores d'obertura i de tancament.

Secció segona  
Horaris especials

**Article 21. Establiments amb llibertat horària**

1. Els establiments dedicats principalment a la venda de pastisseria i rebosteria, pa, plats preparats, premsa, combustibles i carburants, floristeries i plantes i les denominades botigues de conveniència, així com les instal·lades en estacions i mitjans de transport terrestre, marítim i aeri i en les zones de gran afluència turística, tindran plena llibertat per a determinar els dies i hores en què romandran oberts al públic en la Comunitat Valenciana.

2. S'entendrà per botigues de conveniència aquelles que, amb una superfície útil per a l'exposició i venda al públic no superior a 500 metres quadrats, romanguen obertes al públic, almenys, díhuit hores al dia i distribuïsquen la seua oferta, en forma semblant, entre llibres, periòdics i revistes, articles d'alimentació, discos, vídeos, joguets, regals i articles diversos. La distribució entre les distintes gamas d'articles ha de dur-se a terme de forma semblant entre si, sense exclusió de cap d'elles i sense que predomine netament una sobre les altres.

2. La inscripción en el registro será condición indispensable para que una asociación de comerciantes pueda optar a una convocatoria de ayudas en materia de comercio.

**CAPÍTULO III**  
Horarios comerciales

Sección primera  
Horario general

**Artículo 17. Horario general**

1. El horario global en que los establecimientos comerciales podrán desarrollar su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana será, como máximo, de 90 horas.

2. Con carácter general, los domingos y festivos se consideran no laborables. No obstante, se habilitarán para cada ejercicio comercial nueve domingos o festivos en los que los establecimientos podrán permanecer abiertos al público para desarrollar su actividad comercial.

3. El horario máximo de apertura para los domingos o festivos que se habiliten será de 12 horas.

**Artículo 18. Calendario de domingos y otros días festivos**

1. El calendario de domingos o festivos que se habiliten para un periodo de 12 meses, que podrá no coincidir con el año natural, se determinará mediante resolución de la conselleria competente en materia de comercio, previo informe del Observatorio del Comercio Valenciano.

2. El informe del Observatorio velará por los intereses de los consumidores y usuarios, de forma que se propongan para su habilitación comercial los domingos y/o festivos que ofrezcan atractivo comercial para aquéllos.

3. Se faculta a los ayuntamientos para que puedan sustituir hasta dos domingos o festivos de los habilitados por dos días festivos en su ámbito local. La decisión que se adopte será de obligado cumplimiento para todos los establecimientos que no puedan acogerse al régimen de libertad horaria. Tal determinación deberá ser adoptada por el órgano municipal competente, oído el Consejo Local de Comercio o, en su defecto, las asociaciones locales de comerciantes, y ser comunicada a la conselleria competente en materia de comercio, en el plazo que se establezca reglamentariamente.

**Artículo 19. Fijación del horario comercial**

El horario de apertura y cierre de los locales comerciales será libremente fijado por cada comerciante, respetando, en todo caso, los límites máximos establecidos por la presente ley que resulten de aplicación, sin perjuicio de lo establecido, por razones de orden público, en otra normativa aplicable.

**Artículo 20. Publicidad de horarios**

Los establecimientos comerciales deberán exponer, en los accesos y de manera visible desde el exterior del local, los días y horas de apertura y de cierre.

Sección segunda  
Horarios especiales

**Artículo 21. Establecimientos con libertad horaria**

1. Los establecimientos dedicados principalmente a la venta de pastelería y repostería, pan, platos preparados, premsa, combustibles y carburantes, floristerías y plantas y las denominadas tiendas de conveniencia, así como las instaladas en estacions y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo y en las zonas de gran afluencia turística, tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público en la Comunitat Valenciana.

2. Se entenderá por tiendas de conveniencia aquéllas que, con una superficie útil para la exposición y venta al público no superior a 500 metros cuadrados, permanezcan abiertas al público, al menos, dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios. La distribución entre las distintas gamas de artículos debe llevarse a cabo de forma similar entre sí, sin exclusión de ninguna de ellas y sin que predomine netamente una sobre las demás.

3. Per Decret del Consell, es determinarà el procediment per a la declaració de les zones que, segons els criteris característics de l'activitat turística, tinguen la consideració de gran aflluència turística. Per extensió, es podrà aplicar la mateixa declaració a zones urbanes caracteritzades per una pronunciada especialització comercial o per la recepció de visitants o residents durant els caps de setmana.

La declaració de zona de gran aflluència turística, que podrà estendre's a tot o part del terme municipal o del nucli urbà, fixarà, per a cada cas, les condicions d'aplicació, incloent-hi els períodes en què serà possible, en les dites zones, la llibertat d'obertura.

4. També tindran plena llibertat per a determinar els dies i les hores en què romandran oberts al públic els establiments de venda de dimensions reduïdes diferents dels anteriors que disposen d'una superfície útil per a l'exposició i venda al públic inferior a 150 metres quadrats, exclosos els pertanyents a empreses o grups de distribució que no tinguen la consideració de xicoteta i mitjana empresa, segons la legislació vigent, o que operen sota el mateix nom comercial dels dits grups i empreses. Reglamentàriament, es podrà estendre l'aplicació d'este règim de llibertat horària a establiments amb activitats o formats concrets que, complint els requisits anteriors, disposen d'una superfície útil d'exposició i venda al públic inferior a 300 metres quadrats.

5. Els establiments comercials integrats en instal·lacions de prestació de servicis turístics, dedicats exclusivament al servicis dels usuaris d'estes instal·lacions, gaudiran, així mateix, de llibertat d'horaris a fi de poder ajustar-ne el funcionament als de la instal·lació principal.

#### Article 22. Productes culturals

1. Els establiments dedicats exclusivament a la venda de productes culturals, així com els que principalment venguen o presten servicis d'esta naturalesa, podran romandre oberts al públic tots els diumenges i festius de l'any, sense superar, per això, el màxim establert en l'article 17, apartats 1 i 3.

2. Tindran la consideració de productes culturals, als efectes d'esta llei, aquells la finalitat dels quals siga cultivar, desenrotllar i formar els coneixements humans i l'exercici de les seues facultats intel·lectuals, com són els llibres en suport escrit o informàtic, periòdics, revistes, suports d'enregistrament musical, instruments musicals, vídeos, articles de col·lecció, articles de dibuix i belles arts, antiguitats, obres d'art, productes d'artesanía popular i aquells altres que reglamentàriament es determinen.

#### Secció tercera Horaris excepcionals

##### Article 23. Autorització d'horaris excepcionals

1. Es podran concedir horaris excepcionals al règim general de la secció primera, valorant les peculiaritats sectorials, locals i temporals que hi concòrreguen i, en particular, la localització de l'establiment, el grau d'equipaments i servicis comercials circumdants, la densitat i distribució de la població, els seus hàbits de compra, la jornada de treball del consumidor i el tipus d'activitat i de venda de productes, entre altres circumstàncies de semblant condició.

2. Qualsevol excepció s'atorgarà per temps limitat.

3. Mitjançant decret del Consell, s'establirà el procediment a seguir per a l'autorització d'horaris excepcionals.

#### CAPÍTOL IV Oferta comercial

##### Article 24. Condicions de l'oferta

1. En l'exercici de l'activitat comercial, l'origen, la qualitat i la quantitat dels productes o servicis, així com el preu i les condicions de venda o la prestació, seran les oferides i, en tot cas, les exigibles de conformitat amb la normativa reguladora.

2. Queda prohibit incorporar en les condicions de l'oferta clàusules abusives en els termes que recull la legislació vigent en matèria de defensa dels consumidors i usuaris.

3. El comerciant facilitarà, tenint en compte les circumstàncies fàctiques i les limitacions del mitjà de comunicació, tota la informació substancial que necessite el consumidor mitjà per a prendre una decisió

3. Por Decreto del Consell se determinará el procedimiento para la declaración de las zonas, que según los criterios característicos de la actividad turística, tengan la consideración de gran afluencia turística. Por extensión, se podrá aplicar la misma declaración a zonas urbanas caracterizadas por una acusada especialización comercial o por la recepción de visitantes o residentes en los fines de semana.

La declaración de zona de gran afluencia turística, que podrá extenderse a todo o parte del término municipal o del núcleo urbano, fijará, para cada caso, las condiciones de aplicación, incluyendo los periodos en los que será posible, en dichas zonas, la libertad de apertura.

4. También tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos de venta de reducida dimensión distintos de los anteriores que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 150 metros cuadrados, excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa según la legislación vigente o que operen bajo el mismo nombre comercial de dichos grupos e empresas. Reglamentariamente se podrá extender la aplicación de este régimen de libertad horaria a establecimientos con actividades o formatos concretos que, cumpliendo los requisitos anteriores, dispongan de una superficie útil de exposición y venta al público inferior a 300 metros cuadrados.

5. Los establecimientos comerciales integrados en instalaciones de prestación de servicios turísticos, dedicados exclusivamente al servicio de los usuarios de las mismas, gozarán asimismo de libertad de horarios a fin de poder ajustar su funcionamiento a los de la instalación principal.

#### Artículo 22. Productos culturales

1. Los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales, así como los que principalmente vendan o presten servicios de esta naturaleza, podrán permanecer abiertos al público todos los domingos y festivos del año, sin superar, por ello, el máximo establecido en el artículo 17, apartados 1 y 3.

2. Tendrán la consideración de productos culturales, a los efectos de esta ley, aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales, como son los libros en soporte escrito o informático, periódicos, revistas, soportes de grabación musical, instrumentos musicales, vídeos, artículos de colección, artículos de dibujo y bellas artes, antigüedades, obras de arte, productos de artesanía popular y aquellos otros que reglamentariamente se determinen.

#### Sección tercera Horarios excepcionales

##### Artículo 23. Autorización de horarios excepcionales

1. Se podrán conceder horarios excepcionales al régimen general de la sección primera, valorando las peculiaridades sectoriales, locales y temporales que concurren y, en particular, la localización del establecimiento, el grado de equipamientos y servicios comerciales circumdantes, la densidad y distribución de la población, sus hábitos de compra, la jornada de trabajo del consumidor y el tipo de actividad y de venta de productos, entre otras circunstancias de similar condición.

2. Toda excepción se otorgará por tiempo limitado.

3. Por decreto del Consell se establecerá el procedimiento a seguir para la autorización de horarios excepcionales.

#### CAPÍTULO IV Oferta comercial

##### Artículo 24. Condiciones de la oferta

1. En el ejercicio de la actividad comercial, el origen, la calidad y cantidad de los productos o servicios, así como su precio y condiciones de venta o prestación, serán las ofrecidas y, en todo caso, las exigibles conforme a la normativa reguladora de los mismos.

2. Queda prohibido incorporar en las condiciones de la oferta cláusulas abusivas en los términos recogidos por la legislación vigente en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

3. El comerciante facilitará, teniendo en cuenta las circunstancias fácticas y las limitaciones del medio de comunicación, toda la información sustancial que necesite el consumidor medio para tomar una

relativa al seu comportament econòmic amb el corresponent coneixement de causa. En particular, es prestarà al consumidor una informació clara, veraç i apropiada per al coneixement del producte o servei, els riscos d'utilització i les condicions d'adquisició.

4. En cas de transacció, i a petició de l'adquirent, les empreses comercials estaran obligades a expedir documentació suficient sobre els diversos aspectes relatius a esta.

5. L'oferta pública de venda o l'exposició de productes en establiments comercials, inclosos els aparadors, obliguen el comerciant a procedir-ne a la venda a favor dels demandants que complisquen les condicions d'adquisició, atenent l'ordre temporal de les sol·licituds. Queden exceptuats d'esta obligació els productes sobre els quals s'advertisca expressament que no es troben a la venda o que, clarament, formen part de la instal·lació, com elements complementaris o merament decoratius.

6. Excepte en el cas d'ofertes promocionals o de previsió normativa en contra, els comerciants no podran limitar la quantitat d'articles que poden ser adquirits per cada comprador, ni establir preus més elevats o suprimir reduccions o incentius per a les compres que superen un determinat volum.

#### Article 25. Exercici del dret de desistiment

Els comerciants hauran d'informar el consumidor i usuari del dret de desistiment d'acord amb la legislació vigent en els casos que corresponga.

#### Article 26. Garanties comercials

Els comerciants oferiran als consumidors i usuaris les garanties sobre els articles venuts i els servicis prestats d'acord amb la legislació vigent. L'ofertament pel comerciant de garanties addicionals, tant per a casos de disconformitat com de conformitat, l'obliga a complir-les, d'acord amb les condicions oferides.

### CAPÍTOL V Preus

#### Article 27. Llibertat de preus

1. Els preus de venda dels productes i de prestació dels servicis seran lliurement determinats pels comerciants i oferits, amb caràcter general, d'acord amb el que disposa la legislació de defensa de la competència i de competència deslleial, sense perjudici de la normativa reguladora de la venda a pèrdua i les excepcions establides en lleis especials.

2. El preu de venda anunciat inclourà la quantitat total que haja de satisfer el consumidor, amb impostos inclosos i despeses de lliurament, quan n'hi haja.

#### Article 28. Publicitat dels preus

1. Els preus dels productes i servicis oferits s'especificaran en euros, s'indicanen d'acord amb la legislació vigent i hauran de ser exhibits de manera pública, suficientment explicativa, precedits de les sigles PVP, sense induir a error. Sense perjudici de la regulació de les vendes promocionals, haurà d'indicar-se, amb claredat i de forma diferenciada, l'import de qualsevol classe de descomptes, així com els increments en el preu derivats de règims de finançament i els costos addicionals per raó de servicis accessoris o d'altres complements semblants.

2. En totes les formes de publicitat que mencionen el preu de venda dels productes, s'haurà d'indicar també el preu per unitat de mesura, excepte en aquells casos en què este siga idèntic al preu de venda, i sense perjudici de les excepcions previstes en la normativa vigent en la matèria.

3. Els articles que s'exposen en els aparadors exhibiran els preus de forma visible i llegible des de l'exterior. No obstant això, reglamentàriament, per raons de seguretat, es podrà rellevar d'esta obligació sectors concrets del comerç, sense perjudici que es garantisca la informació dels compradors sobre preus i qualitats del producte ofert.

4. En les ofertes de vendes a terminis, el comerciant haurà d'informar, en tots els casos, el comprador de l'import de cada termini, el nom-

decisió relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. En particular, se prestará al consumidor una información clara, veraz y apropiada para el conocimiento del producto o servicio, riesgos de utilización y condiciones de adquisición.

4. En caso de transacción, y a solicitud del adquirente, las empresas comerciales estarán obligadas a expedir documentación suficiente sobre los diversos extremos relativos a la misma.

5. La oferta pública de venta o la exposición de productos en establecimientos comerciales, incluidos sus escaparates, obligan al comerciante a proceder a su venta a favor de los demandantes que cumplan las condiciones de adquisición atendiendo al orden temporal de las solicitudes. Quedan exceptuados de esta obligación los productos sobre los que se advierta expresamente que no se encuentran a la venta o que, claramente, formen parte de la instalación como elementos complementarios o meramente decorativos.

6. Salvo en el caso de ofertas promocionales o de previsión normativa en contrario, los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador, ni establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para las compras que superen un determinado volumen.

#### Artículo 25. Ejercicio del derecho de desistimiento

Los comerciantes deberán informar al consumidor y usuario del derecho de desistimiento conforme a la legislación vigente en los casos que proceda.

#### Artículo 26. Garantías comerciales

Los comerciantes ofrecerán a los consumidores y usuarios las garantías sobre los artículos vendidos y servicios prestados conforme a la legislación vigente. El ofrecimiento por el comerciante de garantías adicionales, tanto para casos de disconformidad como de conformidad, le sitúa en la obligación de dar cumplimiento a las mismas, de acuerdo con las condiciones ofertadas.

### CAPÍTULO V Precios

#### Artículo 27. Libertad de precios

1. Los precios de venta de los productos y de prestación de los servicios serán libremente determinados por los comerciantes y ofertados, con carácter general, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación de defensa de la competencia y de competencia desleal, sin perjuicio de la normativa reguladora de la venta a pérdida y las excepciones establecidas en leyes especiales.

2. El precio de venta anunciado comprenderá la cantidad total que haya de satisfacer el consumidor, con impuestos incluidos y gastos de entrega, cuando los haya.

#### Artículo 28. Publicidad de los precios

1. Los precios de los productos y servicios ofertados se expresarán en euros, se indicarán conforme a la legislación vigente, y deberán ser exhibidos de forma pública, suficientemente explicativa, precedidos de las siglas PVP, sin inducir a error. Sin perjuicio de la regulación de las ventas promocionales, deberá indicarse, con claridad y de forma diferenciada, el importe de toda clase de descuentos, así como los incrementos en el precio derivados de regímenes de financiación y los costes adicionales por razón de servicios accesorios o de otros complementos similares.

2. En todas las formas de publicidad que mencionen el precio de venta de los productos se indicará también el precio por unidad de medida, salvo en aquellos casos en que éste sea idéntico al precio de venta, y sin perjuicio de las excepciones previstas en la normativa vigente en la materia.

3. Los artículos que se expongan en los escaparates exhibirán los precios de forma visible y legible desde el exterior. No obstante, reglamentariamente, por razones de seguridad, podrá relevarse de esta obligación a sectores concretos del comercio, sin perjuicio de garantizar la información de los compradores sobre precios y calidades del producto ofertado.

4. En las ofertas de ventas a plazos, el comerciante deberá, en todos los casos, informar al comprador del importe de cada plazo, el número

bre de terminis, la periodicitat dels pagaments i el preu total resultant en comparació amb el preu de la venda al comptat.

5. Sense perjudici, si és el cas, de la consideració com a pràctica comercial enganyosa, qualsevol indicació de preus o publicitat en què s'incloguen dos preus distints per al mateix producte o servici imposa al comerciant l'obligació de vendre al preu inferior.

### TÍTOL III Comerç i territori

#### CAPÍTOL I Disposicions generals

##### Article 29. Objectius de l'ordenació comercial

Els objectius de la política d'ordenació comercial de la Generalitat, en coherència amb els objectius d'ordenació del territori i protecció del paisatge i de desenvolupament urbanístic a la Comunitat Valenciana, són la millora de la qualitat de vida dels ciutadans, la consecució d'una estructura comercial equilibrada i competitiva i la creació d'un marc d'implantacions comercials que prime la sostenibilitat territorial.

1. La política comercial dirigida a la millora de la qualitat de vida dels ciutadans es basarà en:

a) Aconseguir un comerç eficient i modern al servici dels consumidors, que actue com a factor de reequilibri territorial, respectant l'exercici de la llibertat d'empresa.

b) Assegurar el manteniment de les condicions de proximitat, accessibilitat, diversitat i servici del comerç valencià.

c) Garantir i protegir el dret de lliure elecció per part dels consumidors, que s'estendrà a la possibilitat d'elecció entre distints establiments d'una mateixa activitat, i també entre formes comercials diferents, en les millors condicions possibles de preu, assortiment i qualitat, en un marc de competència.

d) Afavorir que el comerç oferisca servicis eficaços i competitius, basant-se en una contínua adaptació de l'oferta comercial a les preferències dels consumidors.

2. La política comercial dirigida a aconseguir una estructura comercial equilibrada i competitiva a la Comunitat Valenciana es basarà en:

a) Fomentar una distribució comercial que genere riquesa i ocupació.

b) Reforçar el teixit comercial de les ciutats donada la seua importància per a la millora dels entorns urbans.

c) Impulsar la modernització, innovació i formació en el sector comercial.

d) Salvaguardar el comerç existent en l'espai rural valencià i en àrees de baixa densitat demogràfica, per la seua important funció social i de servici en el manteniment de millors condicions de vida de la població resident en estos àmbits.

3. La política comercial dirigida a aconseguir un marc d'implantacions comercials que prime la sostenibilitat territorial es basarà en:

a) Afavorir la funció del comerç com un dels elements clau en la consecució de l'equilibri territorial, atesa la seua capacitat de generar cohesió regional, centralitat i vertebrar el territori.

b) La consideració de la transcendència territorial dels grans equipaments comercials, focus de polaritat que generen fluxos d'usuaris i impactes supramunicipals, que han de ser objecte de regulació específica en el marc competencial de l'ordenació del comerç.

c) La minimització del cost i l'impacte ambiental dels desplaçaments que es produïxen per motius de compra, sense per això limitar la llibertat de mobilitat dels ciutadans.

d) La protecció i millora dels entorns comercials urbans, especialment dels centres històrics de caràcter comercial, on la presència d'una activitat comercial viva ajuda a la rehabilitació econòmica, social i urbanística.

e) La limitació del creixement comercial en àmbits que presenten concentracions comercials excessives i processos de sobresaturació funcional, cosa que repercuteix negativament en la sostenibilitat del territori, deteriora el paisatge urbà i genera sol·licituds inassumibles per la xarxa viària.

de ellos, la periodicidad de los pagos y el precio total resultante en comparación con el precio de la venta al contado.

5. Sin perjuicio, en su caso, de su consideración como práctica comercial engañosa, toda indicación de precios o publicidad en la que se incluyan dos precios distintos para el mismo producto o servicio impone al comerciante la obligación de vender al precio inferior.

### TÍTULO III Comercio y territorio

#### CAPÍTULO I Disposiciones generales

##### Artículo 29. Objetivos de la ordenación comercial

Los objetivos de la política de ordenación comercial de la Generalitat, en coherencia con los objetivos de ordenación del territorio y protección del paisaje y de desarrollo urbanístico en la Comunitat Valenciana, son la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, la consecución de una estructura comercial equilibrada y competitiva y la creación de un marco de implantaciones comerciales que prime la sostenibilidad territorial.

1. La política comercial dirigida a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos se basará en:

a) Conseguir un comercio eficiente y moderno, al servicio de los consumidores, que actúe como factor de reequilibrio territorial, respetando el ejercicio de la libertad de empresa.

b) Asegurar el mantenimiento de las condiciones de proximidad, accesibilidad, diversidad y servicio del comercio valenciano.

c) Garantizar y proteger el derecho de libre elección por parte de los consumidores, extendiéndose ésta a la posibilidad de elección entre distintos establecimientos de una misma actividad y también entre formas comerciales diferentes, en las mejores condiciones posibles de precio, surtido y calidad, en un marco de competencia.

d) Favorecer que el comercio ofrezca servicios eficaces y competitivos, en base a una continua adaptación de la oferta comercial a las preferencias de los consumidores.

2. La política comercial dirigida a conseguir una estructura comercial equilibrada y competitiva en la Comunitat Valenciana se basará en:

a) Fomentar una distribución comercial que genere riqueza y empleo.

b) Fortalecer el tejido comercial de las ciudades dada su importancia para la mejora de los entornos urbanos.

c) Impulsar la modernización, innovación y formación en el sector comercial.

d) Salvaguardar el comercio existente en el espacio rural valenciano y en áreas de baja densidad demográfica, por su importante función social y de servicio en el mantenimiento de mejores condiciones de vida de la población residente en estos ámbitos.

3. La política comercial dirigida a conseguir un marco de implantaciones comerciales que prime la sostenibilidad territorial se basará en:

a) Favorecer la función del comercio como uno de los elementos clave en la consecución del equilibrio territorial, dada su capacidad de generar cohesión regional, centralidad y vertebrar el territorio.

b) La consideración de la transcendencia territorial de los grandes equipamientos comerciales, focos de polaridad que generan flujos de usuarios e impactos supramunicipales, que deben ser objeto de regulación específica en el marco competencial de la ordenación del comercio.

c) La minimización del coste e impacto ambiental de los desplazamientos que se producen por motivos de compra, sin por ello limitar la libertad de movilidad de los ciudadanos.

d) La protección y mejora de los entornos comerciales urbanos, especialmente de los centros históricos de carácter comercial, donde la presencia de una actividad comercial viva ayuda a su rehabilitación económica, social y urbanística.

e) La limitación del crecimiento comercial en ámbitos que presentan concentraciones comerciales excesivas y procesos de sobresaturación funcional, lo que repercute negativamente en la sostenibilidad del territorio, deteriora el paisaje urbano y genera solicitudes inasumibles por la red viaria.

f) La preservació d'espais estratègics, ubicats en nusos de comunicacions i àmbits d'especial valor de la perifèria urbana, que es consideren sòls d'oportunitat de gran valor per al creixement territorial i econòmic de les nostres ciutats i que ha de ser reservat per raons d'interès general, i en coherència amb el que disposa l'estratègia territorial de la Comunitat Valenciana i la resta d'instruments d'ordenació territorial i urbanística.

## CAPÍTOL II

### Ordenació territorial del comerç

Article 30. Instruments per a l'ordenació territorial del comerç

1. L'ordenació territorial de l'activitat comercial correspon a la Generalitat, als ajuntaments i a la resta d'administracions públiques, en l'àmbit de les seues competències.

2. Els instruments per a l'ordenació territorial i urbanística del comerç són el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana, les normes per al tractament de l'activitat comercial en el planejament urbanístic i el règim d'autoritzacions de caràcter autonòmic per a la implantació d'establiments comercials que generen impacte supramunicipal.

3. La conselleria competent en comerç col·laborarà amb altres departaments de la Generalitat en la definició de directrius, estratègies i objectiu dels plans, programes i projectes sectorials que tinguen incidència territorial, urbanística o mediambiental. De la mateixa manera, es demanarà l'assistència tècnica d'altres departaments competents en estes matèries en la tramitació i aprovació de llicències comercials de grans establiments comercials.

4. En la tramitació dels instruments urbanístics de planejament, o de les seues modificacions, que incloguen explícitament, o possibiliten, la reclasificació o la qualificació de sòls per a la implantació d'activitats comercials, es requerirà l'informe preceptiu de la conselleria competent en matèria de comerç interior.

5. Els ajuntaments incorporaran, en els instruments de planificació urbanística, en allò que afecta a la planificació del sòl per a ús comercial, les normes establides en l'article 32 d'esta llei i els criteris, directrius i normes incloses en el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.

Article 31. Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana

1. La conselleria competent en matèria de comerç promourà la realització del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana, que definirà els criteris, les directrius i les orientacions territorials perquè l'ordenació comercial es desenrotlle de forma coherent amb la planificació territorial, assegurant-ne la coherència amb els objectius de qualitat de vida i desenrotllament sostenible previstos en la legislació valenciana d'ordenació del territori i protecció del paisatge, i la contribució eficaç a estos.

2. El pla delimitarà les àrees comercials funcionals de la Comunitat Valenciana basant-se en criteris d'accessibilitat territorial, capacitat i força d'atracció que exercixen les ciutats; i criteris funcionals, orogràfics, urbanístics, històrics, mediambientals, socioculturals i visuals. En la delimitació caldrà ajustar-se a l'efectuada amb caràcter general per l'estratègia territorial de la Comunitat Valenciana, així com a la infraestructura verda de la Comunitat Valenciana.

3. En cap cas, el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana prendrà en consideració l'impacte de la implantació de nous establiments comercials sobre l'oferta comercial ja existent.

4. El Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana podrà modificar, de forma directa, les previsions dels plans generals vigents, pel que fa a la planificació del sòl comercial.

5. Els plans generals de cada municipi hauran d'incorporar les determinacions i la normativa del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana. Amb esta finalitat, en la documentació d'este s'incorporarà, de manera diferenciada, la part vinculant i dispositiva i les seues afeccions sobre l'ordenació vigent, de l'orientativa i recomanatòria.

f) La preservación de espacios estratégicos, ubicados en nudos de comunicaciones y ámbitos de especial valor de la periferia urbana, que se consideran suelos de oportunidad de gran valor para el crecimiento territorial y económico de nuestras ciudades y que debe ser reservado por razones de interés general, y en coherencia con lo dispuesto en la estrategia territorial de la Comunitat Valenciana y demás instrumentos de ordenación territorial y urbanística.

## CAPÍTULO II

### Ordenación territorial del comercio

Artículo 30. Instrumentos para la ordenación territorial del comercio

1. La ordenación territorial de la actividad comercial corresponde a la Generalitat, a los ayuntamientos y al resto de administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias.

2. Los instrumentos para la ordenación territorial y urbanística del comercio son el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, las normas para el tratamiento de la actividad comercial en el planeamiento urbanístico y el régimen de autorizaciones de carácter autonómico para la implantación de establecimientos comerciales que generan impacto supramunicipal.

3. La conselleria competente en comercio colaborará con otros departamentos de la Generalitat en la definición de directrices, estrategias y objetivo de los planes, programas y proyectos sectoriales que tengan incidencia territorial, urbanística o medioambiental. De igual modo, se recabará la asistencia técnica de otros departamentos competentes en estas materias en la tramitación y aprobación de licencias comerciales de grandes establecimientos comerciales.

4. En la tramitación de los instrumentos urbanísticos de planeamiento, o de sus modificaciones, que contemplen explícitamente, o posibiliten, la reclasificación o la calificación de suelos para la implantación de actividades comerciales se requerirá el informe preceptivo de la Conselleria competente en materia de comercio interior.

5. Los ayuntamientos incorporarán, en los instrumentos de planificación urbanística, en aquello que afecta a la planificación del suelo para uso comercial, las normas establecidas en el artículo 32 de la presente ley y los criterios, directrices y normas incluidas en el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

Artículo 31. Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana

1. La conselleria competente en materia de comercio promoverá la realización del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que definirá los criterios, directrices y orientaciones territoriales para que la ordenación comercial se desarrolle de forma coherente con la planificación territorial, asegurando su coherencia con los objetivos de calidad de vida y desarrollo sostenible contemplados en la legislación valenciana de ordenación del territorio y protección del paisaje, y su contribución eficaz a los mismos.

2. El plan delimitará las áreas comerciales funcionales de la Comunitat Valenciana en base a criterios de accesibilidad territorial, capacidad y fuerza de atracción que ejercen las ciudades y criterios funcionales, orográficos, urbanísticos, históricos, medioambientales, socioculturales y visuales. En su delimitación se atenderá a la efectuada con carácter general por la estrategia territorial de la Comunitat Valenciana, así como a la infraestructura verde de la Comunitat Valenciana.

3. En ningún caso el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana tomará en consideración el impacto de la implantación de nuevos establecimientos comerciales sobre la oferta comercial ya existente.

4. El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana podrá modificar, de forma directa, las previsions de los planes generales vigentes, en lo concerniente a la planificación del suelo comercial.

5. Los planes generales de cada municipio deberán incorporar las determinaciones y normativa del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana. Con esta finalidad, en la documentación del mismo se incorporará, de forma diferenciada, la parte vinculante y dispositiva y sus afecciones sobre la ordenación vigente, de la orientativa y recomendatoria.

### Article 32. Normes per al tractament de l'activitat comercial en el planejament urbanístic

1. Els instruments de planejament urbanístic hauran de preveure, en la qualificació del sòl, l'ús comercial de forma diferenciada dins de la qualificació global de sòl terciari, incloent-hi una classificació d'activitats i de formats comercials.

2. En la planificació urbanística del sòl destinat a usos comercials es tindran en compte els criteris següents:

a) Procurar-ne la localització preferentment en trames urbanes consolidades i espais annexos i el desenrotllament al costat d'implantacions ja consolidades.

b) Evitar la proliferació de localitzacions comercials que siguen exteriors als nuclis urbans, afavorisquen processos d'extensió discontinua o produïsquen usos dispersos del sòl, sense que hi haja una justificació raonada.

c) Fomentar el desenrotllament de dotacions comercials que satisfacen equilibradament les necessitats de la població resident actual o prevista i potencien la proximitat i la mescla d'usos.

d) Impulsar la implantació d'usos comercials que puguen afavorir la requalificació i rehabilitació dels espais urbans.

e) Coadjuvar, amb les noves implantacions, a la descongestió d'entorns saturats, on una alta concentració d'usos terciaris produïx fenòmens d'aglomeració, deteriorament mediambiental i urbanístic.

f) Procurar la limitació del creixement de sòl comercial en zones industrials, excepte quan estiga justificada la seua implantació per la naturalesa de l'activitat comercial o siga complementària a l'activitat productiva.

3. Els sòls que poden contenir concentracions comercials o complexos comercials que generen grans fluxos d'usuaris i impactes supramunicipals es desenrotllaran, preferentment, al costat de la xarxa viària principal i els grans corredors de transport públic d'altres prestacions, afavorint així la mobilitat sostenible, la màxima accessibilitat i la racionalitat funcional en la creació de noves infraestructures i prestació de servicis urbans, sense perjudici de les limitacions derivades de la seua visibilitat. L'ordenació d'estos sòls tindrà la consideració d'ordenació estructural als efectes previstos en la legislació urbanística valenciana.

4. Els projectes comercials preveuran una dotació d'aparcaments mínima adequada a les condicions del seu entorn urbà i als fluxos de visitants previstos. Estos aparcaments es destinaran, exclusivament, per a estacionament públic de l'establiment comercial i s'ubicaran en sòl d'ús públic el domini o la possessió del qual pertanga a l'establiment comercial.

5. Els plans urbanístics incorporaran determinacions que promoguen el desenrotllament d'una arquitectura de qualitat en els espais comercials, que milloren el paisatge urbà i la seua integració amb l'entorn, incrementen el seu valor estètic i minimitzen l'impacte visual.

6. Els establiments comercials i els espais urbans d'alta concentració comercial hauran de complir les normes i condicions bàsiques que garantisquen l'accessibilitat i no discriminació en l'accés i ús d'estos de les persones que tenen qualsevol tipus de discapacitat, d'acord amb allò que s'establix en la normativa vigent en la matèria i, en particular, en la Llei 1/1998, de 5 de maig, de la Generalitat, d'Accessibilitat i Supressió de Barreres Arquitectòniques, Urbanístiques i de la Comunicació, i les disposicions que la despleguen.

### CAPÍTOL III

#### Règim d'implantació dels establiments amb impacte territorial

### Article 33. Autorització d'establiments comercials d'impacte territorial

1. Amb caràcter general, la instal·lació d'establiments comercials no estarà subjecta al règim d'autorització comercial.

2. No obstant això, per a compatibilitzar la planificació urbanística local amb la planificació territorial, que considera la capacitat del territori valencià per a contenir activitats comercials que generen impactes supramunicipals, s'articula un règim excepcional d'autorització autonòmica d'establiments comercials, individuals o col·lectius, quan estos puguen generar impacte ambiental, territorial i/o en el patrimoni històric-artístic.

### Artículo 32. Normas para el tratamiento de la actividad comercial en el planeamiento urbanístico

1. Los instrumentos de planeamiento urbanístico deberán contemplar, en la calificación del suelo, el uso comercial de forma diferenciada dentro de la calificación global de suelo terciario, incluyendo una clasificación de actividades y de formatos comerciales.

2. En la planificación urbanística del suelo destinado a usos comerciales se considerarán los siguientes criterios:

a) Procurar su localización preferente en tramas urbanas consolidadas y espacios anexos y su desarrollo junto a implantaciones ya consolidadas.

b) Evitar la proliferación de localizaciones comerciales que sean exteriores a los núcleos urbanos, favorezcan procesos de extensión discontinua o produzcan ocupaciones dispersas del suelo, sin que exista una justificación razonada.

c) Fomentar el desarrollo de dotaciones comerciales que satisfagan equilibradamente las necesidades de la población residente actual o prevista, potenciando la proximidad y la mezcla de usos.

d) Impulsar la implantación de usos comerciales que puedan favorecer la requalificación y rehabilitación de los espacios urbanos.

e) Coadyuvar, con las nuevas implantaciones, a la descongestión de entornos saturados, donde una alta concentración de usos terciarios produce fenómenos de aglomeración, deterioro medioambiental y urbanístico.

f) Procurar la limitación del crecimiento de suelo comercial en zonas industriales, salvo cuando esté justificada su implantación por la naturaleza de la actividad comercial o sea complementaria a la actividad productiva.

3. Los suelos que pueden albergar concentraciones comerciales o complejos comerciales que generen grandes flujos de usuarios e impactos supramunicipales se desarrollarán, preferentemente, junto a la red viaria principal y los grandes corredores de transporte público de altas prestaciones, favoreciendo la movilidad sostenible, la máxima accesibilidad y la racionalidad funcional en la creación de nuevas infraestructuras y prestación de servicios urbanos, sin perjuicio de las limitaciones derivadas de su visibilidad. La ordenación de estos suelos tendrá la consideración de ordenación estructural a los efectos previstos en la legislación urbanística valenciana.

4. Los proyectos comerciales preverán una dotación de aparcamientos mínima adecuada a las condiciones de su entorno urbano y a los flujos de visitantes previstos. Dichos aparcamientos se destinarán, exclusivamente, para estacionamiento público del establecimiento comercial y se ubicarán en suelo de uso público cuyo dominio o posesión pertenezca al establecimiento comercial.

5. Los planes urbanísticos incorporarán determinaciones que promuevan el desarrollo de una arquitectura de calidad en los espacios comerciales, que mejoren el paisaje urbano y su integración con el entorno, incrementen su valor estético y minimicen su impacto visual.

6. Los establecimientos comerciales y los espacios urbanos de alta concentración comercial deberán cumplir las normas y condiciones básicas que garanticen la accesibilidad y no discriminación, en el acceso y uso de los mismos, de las personas que cuenten con cualquier tipo de discapacidad, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente en la materia, y, en particular, por la Ley 1/1998, de 5 de mayo, de la Generalitat, de Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas, Urbanísticas y de la Comunicació, y disposiciones que la desarrollan.

### CAPÍTULO III

#### Régimen de implantación de los establecimientos con impacto territorial

### Artículo 33. Autorización de establecimientos comerciales de impacto territorial

1. Con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta al régimen de autorización comercial.

2. No obstante, para compatibilizar la planificación urbanística local con la planificación territorial, que considera la capacidad del territorio valenciano para albergar actividades comerciales que generan impactos supramunicipales, se articula un régimen excepcional de autorización autonómica de establecimientos comerciales, individuales o colectivos, cuando éstos puedan generar impacto ambiental, territorial y/o en el patrimonio histórico-artístico.

3. L'obtenció de l'autorització comercial autonòmica garantirà que les implantacions comercials de major impacte territorial s'ajusten a criteris de planificació supramunicipal, criteris ambientals, produïxen un ocupació racional de sòl, estiguen subjectes a l'existència d'infraestructures que resolguen adequadament les necessitats de mobilitat previstes i no afecten àmbits protegits o d'especial interès pel seu valor historicoartístic, urbanístic o mediam-biental.

4. Serà preceptiva l'obtenció d'una autorització comercial autonòmica en els casos següents:

a) La implantació d'establiments comercials individuals o col·lectius que compten amb una superfície comercial igual o superior a 2.500 m<sup>2</sup>, en tots els casos.

b) La implantació d'establiments comercials individuals o col·lectius, les condicions urbanístiques dels quals determine el Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana, si s'escau.

c) L'ampliació de la superfície comercial d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, quan com a conseqüència d'esta s'arribe a les superfícies establides en l'apartat a o se superen estes superfícies.

d) L'ampliació de la superfície comercial d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, la superfície del qual ja tinga o supere l'establida en l'apartat a quan l'ampliació, individualment o en conjunt amb altres ampliacions anteriors, supere el 10% de la superfície comercial autoritzada i, en tot cas, quan l'ampliació individual o en conjunt supere els 2.500 m<sup>2</sup>.

e) La modificació substancial de les característiques de funcionament d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, la superfície comercial del qual arribe a les superfícies establides en este punt 4 o les supere.

5. Per a qualificar la dimensió de l'equipament comercial es tindrà en compte la superfície comercial prevista, d'acord amb les bases que reglamentàriament es determinen. Quan esta no estiga clarament definida, es considerarà com a tal el 60% de la superfície construïda prevista de l'establiment, sense considerar accessos i espais destinats a aparcament i emmagatzematge.

6. Qualsevol actuació subjecta al règim excepcional d'autorització requerirà el corresponent instrument de paisatge per a avaluar la incidència d'aquella sobre este, excepte quan els instruments urbanístics a què es refereix l'apartat 5 de l'article 35 ja ho hagueren incorporat.

**Article 34. Criteris per a la concessió de l'autorització comercial autonòmica**

Els criteris que es tindran en compte per a concedir l'autorització comercial autonòmica seran els següents:

1. L'adequació del projecte a les determinacions i les normes del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.

2. La compatibilitat del projecte amb els criteris d'ordenació del territori establits en la legislació d'ordenació del territori i urbanística vigent i els criteris de l'Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana.

3. La proporcionalitat i adequació de l'establiment i del seu ús comercial respecte de l'entorn urbà i poblacional.

4. El nivell d'integració de l'establiment comercial amb el teixit urbà circumdant.

5. L'existència de la xarxa de comunicacions i accessos adequats des de les zones urbanes limítrofes, en relació amb la mobilitat generada per la futura implantació comercial.

6. La suficient dotació d'aparcament i d'espais per a la gestió logística de càrrega i descàrrega de mercaderies.

7. La suficiència de les infraestructures i servicis públics adequats.

8. L'articulació del projecte amb la xarxa de transport públic existent i les alternatives existents previstes, si és el cas.

9. L'impacte mediambiental del projecte, basant-se en els informes d'avaluació ambiental i declaració d'impacte ambiental aportats, si és el cas.

10. L'impacte, si és el cas, sobre el patrimoni historicoartístic i cultural que puga resultar afectat pel projecte sotmés a autorització.

3. La obtenció de la autorització comercial autonòmica garantirà que las implantaciones comerciales de mayor impacto territorial se ajustan a criterios de planificación supramunicipal, criterios ambientales, producen una ocupación racional de suelo, están sujetas a la existencia de infraestructuras que resuelvan adecuadamente las necesidades de movilidad previstas y no afectan a ámbitos protegidos o de especial interés por su valor histórico-artístico, urbanístico o medioambiental.

4. Será preceptiva la obtención de una autorización comercial autonómica en los siguientes casos:

a) La implantación de establecimientos comerciales individuales o colectivos que cuenten con una superficie comercial igual o superior a 2.500 m<sup>2</sup>, en todos los casos.

b) La implantación de establecimientos comerciales individuales o colectivos, cuyas condiciones urbanísticas determine el Plan de acción territorial sectorial del comercio de la Comunitat Valenciana, en su caso.

c) La ampliación de la superficie comercial de un establecimiento comercial individual o colectivo existente, cuando como consecuencia de la misma se alcancen o superen las superficies establecidas en el apartado a.

d) La ampliación de la superficie comercial de un establecimiento comercial individual o colectivo existente, cuya superficie ya alcance o supere la establecida en el apartado a cuando la ampliación, individualmente o en conjunto con otras ampliaciones anteriores, supere el 10% de la superficie comercial autorizada y, en todo caso, cuando la ampliación individual o en conjunto supere los 2.500 m<sup>2</sup>.

e) La modificación sustancial de las características de funcionamiento de un establecimiento comercial individual o colectivo existente, cuya superficie comercial alcance o supere las superficies establecidas en este punto 4.

5. Para calificar la dimensión del equipamiento comercial se considerará la superficie comercial prevista, de acuerdo con las bases que reglamentariamente se determinen. Cuando ésta no esté claramente definida, se considerará como tal el 60% de la superficie construida prevista del establecimiento, sin considerar accesos y espacios destinados a aparcamiento y almacenaje.

6. Cualquier actuación sujeta al régimen excepcional de autorización requerirá del correspondiente instrumento de paisaje para evaluar la incidencia de aquella sobre el mismo, salvo cuando los instrumentos urbanísticos a los que se refiere el apartado 5 del artículo 35 ya lo hubieran incorporado.

**Artículo 34. Criterios para la concesión de la autorización comercial autonómica**

Los criterios que se tendrán en cuenta para conceder la autorización comercial autonómica serán los siguientes:

1. La adecuación del proyecto a las determinaciones y normas del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana.

2. La compatibilidad del proyecto con los criterios de ordenación del territorio establecidos en la legislación de ordenación del territorio y urbanística vigente y los criterios de la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

3. La proporcionalidad y adecuación del establecimiento y de su uso comercial respecto del entorno urbano y poblacional.

4. El nivel de integración del establecimiento comercial con el tejido urbano circundante.

5. La existencia de la red de comunicaciones y accesos adecuados desde las zonas urbanas limítrofes, en relación con la movilidad generada por la futura implantación comercial.

6. La suficiente dotación de aparcamiento y espacios para la gestión logística de carga y descarga de mercancías.

7. La suficiencia de las infraestructuras y servicios públicos adecuados.

8. La articulación del proyecto con la red de transporte público existente y las alternativas existentes previstes, en su caso.

9. El impacto medioambiental del proyecto, en base a los informes de evaluación ambiental y declaración de impacto ambiental aportado, en su caso.

10. El impacto, en su caso, sobre el patrimonio histórico-artístico y cultural que pueda verse afectado por el proyecto sometido a autorización.

11. Es farà especial referència al paisatge, que actuarà com a criteri condicionant dels nous creixements, especialment pel que fa a la infraestructura verda de la Comunitat Valenciana.

**Article 35. Procediment per a la sol·licitud d'autorització comercial autonòmica**

1. La conselleria que tinga la competència en matèria de comerç interior serà l'autoritat competent per a resoldre les sol·licituds.

2. La resolució serà adoptada pel conseller, a proposta de la direcció general competent en matèria de comerç interior, amb un informe previ preceptiu de la Comissió Interdepartamental d'Equipaments Comercials.

3. La Comissió Interdepartamental d'Equipaments Comercials estarà integrada per representants de les conselleries competents en les matèries següents: ordenació del territori, urbanisme, protecció del medi ambient, infraestructures i transports, protecció del patrimoni i comerç interior.

4. Reglamentàriament, es regularà el procediment d'autorització, incloent-hi la documentació a presentar i els informes preceptius a sol·licitar per a la tramitació dels expedients d'autorització comercial dels establiments enquadraables en els supòsits de l'article 33. Els requisits i, si és el cas, els criteris de concessió de l'autorització no podran incloure condicions de naturalesa econòmica.

5. Els promotors o operadors comercials interessats presentaran la sol·licitud d'autorització davant de la conselleria competent en matèria de comerç, una vegada produïda i acreditada l'aprovació definitiva de tots els instruments urbanístics necessaris, inclosa, si és el cas, la reparcel·lació, per a poder desenvolupar el projecte que es pretén.

6. A l'efecte de la tramitació simultània amb els procediments municipals, les sol·licituds per als supòsits sotmesos a autorització comercial, establits en l'article 33 podran presentar-se davant l'ajuntament corresponent, el qual trametrà la sol·licitud a la conselleria competent en matèria de comerç, juntament amb un informe que justifique l'aprovació definitiva dels instruments urbanístics que emparen la implantació de l'establiment que se sol·licita.

7. Amb independència del lloc de presentació, la conselleria i els ajuntaments implicats col·laboraran en la tramitació i resolució dels respectius expedients d'autorització en la forma que reglamentàriament es determine.

**Article 36. Resolució administrativa**

1. La resolució per a l'obtenció de l'autorització comercial autonòmica serà adoptada en el termini màxim de sis mesos. Transcorregut este termini sense que s'hi haja dictat una resolució expressa, s'entendrà aprovada la sol·licitud d'autorització comercial per silenci administratiu. El termini no començarà a córrer fins al moment de la presentació de tota la documentació, segons el que s'ha establert en l'article 42.3 de la Llei 30/1992, de 26 de novembre, de Règim Jurídic de les Administracions Públiques i de Procediment Administratiu Comú.

2. L'obtenció de l'autorització comercial estarà subjecta al pagament de la taxa que en cada moment estableix la legislació autonòmica reguladora d'esta matèria.

3. L'autorització comercial autonòmica serà preceptiva i prèvia a l'atorgament de les llicències municipals encara que podran tramitar-se conjuntament.

**Article 37. Caducitat de l'autorització comercial autonòmica**

1. L'autorització comercial autonòmica atorgada s'entendrà caducada en el cas que les obres d'instal·lació de l'establiment comercial projectat no s'iniciaren en el termini de dèu mesos, a comptar des de la concessió de l'autorització comercial autonòmica, i sense perjudici de la possibilitat de pròrroga per períodes de dotze mesos per causes justificades, al·legades i provades davant l'administració. La sol·licitud de pròrroga haurà de produir-se amb anterioritat a la data de caducitat de l'autorització i haurà d'anar acompanyada de la documentació justificativa corresponent.

2. La caducitat de l'autorització comercial autonòmica requereix acte administratiu exprés de declaració, que serà adoptat per la direcció general competent en matèria de comerç, a la qual correspon, així mateix, resoldre les sol·licituds de pròrroga, llevat que els terminis d'execució

11. Se hará especial referencia al paisaje, que actuará como criterio condicionante de los nuevos crecimientos, especialmente en lo referente a la infraestructura verde de la Comunitat Valenciana.

**Artículo 35. Procedimiento para la solicitud de autorización comercial autonómica**

1. La conselleria que ostente la competencia en materia de comercio interior será la autoridad competente para resolver las solicitudes.

2. La resolución se adoptará por el conseller, a propuesta de la dirección general competente en materia de comercio interior, previo informe preceptivo de la Comisión Interdepartamental de Equipamientos Comerciales.

3. La Comisión Interdepartamental de Equipamientos Comerciales estará integrada por representantes de las consellerías competentes en las siguientes materias: ordenación del territorio, urbanismo, protección del medio ambiente, infraestructuras y transportes, protección del patrimonio y comercio interior.

4. Reglamentariamente se regulará el procedimiento de autorización, incluyendo la documentación a presentar y los informes preceptivos a solicitar, para la tramitación de los expedientes de autorización comercial de los establecimientos encuadrables en los supuestos del artículo 33. Los requisitos y, en su caso, los criterios de concesión de la autorización no podrán contener condiciones de naturaleza económica.

5. Los promotores u operadores comerciales interesados presentarán la solicitud de autorización ante la conselleria competente en materia de comercio, una vez producida y acreditada la aprobación definitiva de todos los instrumentos urbanísticos necesarios, incluida, en su caso, la reparcelación, para poder desarrollar el proyecto que se pretende.

6. A los efectos de su tramitación simultánea con los procedimientos municipales, las solicitudes para los supuestos sometidos a autorización comercial, establecidos en el artículo 33, podrán presentarse ante el ayuntamiento correspondiente, el cual remitirá la solicitud a la Conselleria competente en materia de comercio, junto con un informe que justifique la aprobación definitiva de los instrumentos urbanísticos que amparan la implantación del establecimiento que se solicita.

7. Con independencia de su lugar de presentación, la conselleria y los ayuntamientos implicados colaborarán en la tramitación y resolución de los respectivos expedientes de autorización en la forma que reglamentariamente se determine.

**Artículo 36. Resolución administrativa**

1. La resolución para la obtención de la autorización comercial autonómica será adoptada en el plazo máximo de seis meses. Transcurrido dicho plazo sin haber recaído resolución expresa se entenderá aprobada la solicitud de autorización comercial por silencio administrativo. El plazo no comenzará a correr hasta el momento de la presentación de toda la documentación según lo establecido por el artículo 42.3 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

2. La obtención de la autorización comercial estará sujeta al pago de la tasa que en cada momento establezca la legislación autonómica reguladora de esta materia.

3. La autorización comercial autonómica será preceptiva y previa al otorgamiento de las licencias municipales aunque podrán tramitarse conjuntamente.

**Artículo 37. Caducidad de la autorización comercial autonómica**

1. La autorización comercial autonómica otorgada se entenderá caducada en el caso de que las obras de instalación del establecimiento comercial proyectado no se iniciasen en el plazo de dieciocho meses, a contar desde la concesión de la autorización comercial autonómica, y sin perjuicio de la posibilidad de prórroga por periodos de doce meses, por causas justificadas, alegadas y probadas ante la administración. La solicitud de prórroga deberá producirse con anterioridad a la fecha de caducidad de la autorización, debiendo acompañarse la documentación justificativa correspondiente.

2. La caducidad de la autorización comercial autonómica requiere acto administrativo expreso de declaración, que se adoptará por la dirección general competente en materia de comercio, a quien corresponde, asimismo, resolver sobre las solicitudes de prórroga, salvo que los pla-



dels projectes d'obres i instal·lacions establits pels ajuntaments foren superiors.

3. La concessió de pròrroga estarà subjecta al pagament de la taxa que en cada moment establisca la legislació autonòmica reguladora d'esta matèria.

#### CAPÍTOL IV

##### Dinamització i millora d'entorns comercials urbans

###### Article 38. Suport al comerç urbà

La Generalitat instrumentalitzarà programes de dinamització i millora d'entorns comercials urbans a fi d'aconseguir els següents objectius, enfocats a la promoció, el foment i el desenrotllament del comerç urbà:

1. Impulsar la figura dels centres comercials urbans a la Comunitat Valenciana com a espais idonis per al desenrotllament comercial de les ciutats.

2. Afavorir la cooperació interempresarial dels distints operadors econòmics i socials que actuen en les ciutats a través de l'associacionisme i la integració empresarial i zonal.

3. Regenerar els espais urbans on s'ubiquen les concentracions comercials més grans de les ciutats.

4. Promoure i orientar les inversions públiques i privades en estos espais urbans.

5. Constituir un marc de col·laboració que permeta formular, desenrotllar i aplicar polítiques dirigides a la millora del comerç entre la Generalitat, les entitats locals i els agents econòmics, sense perjudici de les competències atribuïdes a cadascuna.

###### Article 39. Plans d'acció comercial i plans directores de comerç

1. La Generalitat impulsarà i donarà suport a la realització de plans d'acció comercial de caràcter municipal i plans directores de comerç de caràcter supramunicipal, promoguts pels ajuntaments i ens territorials, on, en el marc de les determinacions del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana, es formulen objectius i les propostes tendents a la millora del comerç detallista.

2. El contingut dels plans s'adequarà a les característiques dels municipis i dels àmbits analitzats i haurà d'assenyalar les oportunitats, diagnosticar els problemes, formular objectius prioritaris i definir actuacions concretes per a millorar l'activitat comercial i l'espai urbà on es desenrotlla.

3. Per a la seua elaboració, s'articularan mecanismes que possibiliten la participació de les associacions empresarials del comerç, les cambres oficials de comerç, indústria i navegació i els agents socials i econòmics amb més representació en l'àmbit d'actuació comercial.

4. La conselleria competent en matèria de comerç establirà el contingut mínim dels dits plans i definirà línies d'ajuda i cofinançament per a donar suport a la realització i l'execució posterior d'estos.

5. Els plans que compten amb finançament de la Generalitat hauran de ser accessibles al conjunt d'agents, operadors i ciutadans una vegada finalitzats, especialment mitjançant l'ús de les noves tecnologies de la informació.

###### Article 40. Projectes d'urbanisme comercial

1. La Generalitat donarà suport a la realització de projectes d'urbanisme comercial tendents a la reconversió d'espais públics en entorns adequats per al desenrotllament del comerç mitjançant la requalificació i millora urbanística.

2. Els projectes d'urbanisme comercial promouran actuacions destinades a fomentar l'accessibilitat de vianants, la millora del disseny urbà, del mobiliari urbà, l'equipament, l'enllumenat públic, la senyalització i altres elements urbans; l'articulació d'eixos comercials i de continuïtats urbanístiques, la potenciació d'eixos de vianants i l'embelliment d'entorns urbans basant-se en criteris de qualitat i multifuncionalitat de l'escena urbana.

3. Els projectes d'urbanisme comercial es desenrotllaran preferentment en àmbits que presenten una gran vitalitat comercial, i la delimitació de l'àmbit d'actuació haurà d'estar justificada d'acord amb la

zos de ejecución de los proyectos de obras e instalaciones establecidos por los ayuntamientos fuesen superiores.

3. La concesión de prórroga estará sujeta al pago de la tasa que en cada momento establezca la legislación autonómica reguladora de esta materia.

#### CAPÍTULO IV

##### Dinamización y mejora de entornos comerciales urbanos

###### Artículo 38. Apoyo al comercio urbano

La Generalitat instrumentalizará programas de dinamización y mejora de entornos comerciales urbanos con el fin de alcanzar los siguientes objetivos, enfocados a la promoción, fomento y desarrollo del comercio urbano:

1. Impulsar la figura de los centros comerciales urbanos en la Comunitat Valenciana, como espacios idóneos para el desarrollo comercial de las ciudades.

2. Favorecer la cooperación interempresarial de los distintos operadores económicos y sociales que actúan en las ciudades a través del asociacionismo e integración empresarial y zonal.

3. Regenerar los espacios urbanos donde se ubican las mayores concentraciones comerciales de las ciudades.

4. Promover y orientar las inversiones públicas y privadas en dichos espacios urbanos.

5. Constituir un marco de colaboración que permita formular, desarrollar y aplicar políticas dirigidas a la mejora del comercio entre la Generalitat, las entidades locales y los agentes económicos, sin perjuicio de las competencias atribuidas a cada una de ellas.

###### Artículo 39. Planes de acción comercial y planes directores de comercio

1. La Generalitat impulsará y apoyará la realización de planes de acción comercial de carácter municipal y planes directores de comercio de carácter supramunicipal, promovidos por los ayuntamientos y entes territoriales, donde, en el marco de las determinaciones del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, se formulen objetivos y propuestas tendentes a la mejora del comercio minorista.

2. El contenido de los planes se adecuará a las características de los municipios y de los ámbitos analizados y deberá señalar las oportunidades, diagnosticar los problemas, formular objetivos prioritarios y definir actuaciones concretas para mejorar la actividad comercial y el espacio urbano donde se desarrolla.

3. Para su elaboración se articularán mecanismos que posibiliten la participación de las asociaciones empresariales del comercio, las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y los agentes sociales y económicos con más representación en el ámbito de actuación comercial.

4. La conselleria competente en materia de comercio establecerá el contenido mínimo de dichos planes y definirá líneas de ayuda y cofinanciación para apoyar su realización y ejecución posterior.

5. Los planes que cuenten con financiación de la Generalitat deberán ser accesibles al conjunto de agentes, operadores y ciudadanos una vez finalizados, especialmente mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información.

###### Artículo 40. Proyectos de urbanismo comercial

1. La Generalitat apoyará la realización de proyectos de urbanismo comercial tendentes a la reconversión de espacios públicos en entornos propicios para el desarrollo del comercio mediante su requalificación y mejora urbanística.

2. Los proyectos de urbanismo comercial promoverán actuaciones destinadas a fomentar la accesibilidad peatonal, la mejora del diseño urbano, del mobiliario urbano, el equipamiento, el alumbrado público, la señalización y otros elementos urbanos; la articulación de ejes comerciales y de continuidades urbanísticas, la potenciació de ejes peatonales y el embellecimiento de entornos urbanos en base a criterios de calidad y multifuncionalidad de la escena urbana.

3. Los proyectos de urbanismo comercial se desarrollarán preferentemente en ámbitos que presenten una gran vitalidad comercial, y la delimitación del ámbito de actuación deberá estar justificada en base a su

caracterització funcional, singularitat urbana i incidència i contribució del projecte a la revitalització de l'activitat econòmica de la zona.

4. Els projectes d'urbanisme comercial hauran d'incorporar criteris de sostenibilitat i millora del medi ambient urbà i estratègies de mobilitat sostenible.

5. Correspon als ajuntaments la formulació dels projectes d'urbanisme comercial en col·laboració amb altres administracions i els agents socials i econòmics amb més representació en l'àmbit d'actuació.

#### Article 41. Centres comercials urbans

1. Tindran la consideració de centre comercial urbà, als efectes de reconeixement per la Generalitat, aquells àmbits urbans on hi ha una agrupació representativa d'empreses comercials que, en una àrea urbana delimitada i vinculats a través d'una entitat amb personalitat jurídica, desenvolupen professionalment una estratègia conjunta de millora socioeconòmica de l'entorn, especialment a través d'accions de promoció, gestió de serveis i dinamització econòmica.

2. Els centres comercials urbans es desenvoluparan en espais urbans caracteritzats per tenir altes concentracions de comerços i serveis, i que coincideixen amb àmbits de reconeguda tradició en el desenvolupament de la funció comercial. La delimitació dels centres comercials urbans respondrà a criteris de tipus econòmic, comercial, social, històric, urbanístic i mediambiental.

3. Correspon a la conselleria competent en matèria de comerç la qualificació dels centres comercials urbans de la Comunitat Valenciana, d'acord amb el procediment que reglamentàriament s'establisca.

#### Article 42. Altres àmbits d'actuació preferent

La conselleria competent en matèria de comerç, en col·laboració amb altres departaments de la Generalitat, els ajuntaments i els agents econòmics i socials, impulsarà:

1. La realització de plans de millora urbana en els centres històrics de caràcter comercial, a través de programes i projectes d'urbanisme i desenvolupament comercial. A este efecte, la conselleria establirà les condicions històriques, comercials i urbanístiques necessàries per a tenir esta qualificació.

2. La millora de parcs comercials i corredors urbans de caràcter comercial que presenten entorns urbanísticament deteriorats, mitjançant projectes de millora de les condicions de mobilitat, elements d'equipament i urbanització i integració de sistemes de transport col·lectiu. Per a això s'estimularà la cooperació entre els ajuntaments per a la formulació de projectes supralocals i la creació d'entitats per a la gestió i coordinació dels dits projectes en què participen els operadors privats.

3. En municipis de caràcter turístic, accions i projectes de promoció, dinamització, senyalització i millora d'entorns urbanocomercials en coordinació amb els plans de dinamització turística.

4. En les zones rurals, la realització d'accions específiques de promoció i modernització dels teixits i equipaments comercials i de suport a la venda no sedentària, a fi de mantenir les adequades condicions de qualitat de vida de la població.

5. En els mercats municipals, la realització de projectes de modernització i millora dels entorns, els edificis i les infraestructures, adequant-los a les necessitats actuals dels consumidors.

6. En els entorns on es desenvolupen habitualment mercats extraordinaris i venda no sedentària, projectes i actuacions de millora urbana i de creació d'infraestructures i serveis urbans adaptats a esta modalitat de venda.

#### TÍTOL IV

##### Vendes fora d'establiment comercial

#### CAPÍTOL I

##### Venda no sedentària

#### Article 43. Concepte

1. Es considera venda no sedentària la realitzada per comerciants, fora d'un establiment comercial permanent, de forma habitual, ocasional

caracterización funcional, singularidad urbana e incidencia y contribución del proyecto a la revitalización de la actividad económica de la zona.

4. Los proyectos de urbanismo comercial deberán incorporar criterios de sostenibilidad y mejora del medio ambiente urbano y estrategias de movilidad sostenible.

5. Corresponde a los ayuntamientos la formulación de los proyectos de urbanismo comercial, en colaboración con otras administraciones y los agentes sociales y económicos con más representación en el ámbito de actuación.

#### Artículo 41. Centros comerciales urbanos

1. Tendrán la consideración de centro comercial urbano, a los efectos de su reconocimiento por la Generalitat, aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación representativa de empresas comerciales que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios y dinamización económica.

2. Los centros comerciales urbanos se desarrollarán en espacios urbanos caracterizados por albergar altas concentraciones de comercios y servicios, coincidiendo con ámbitos de reconocida tradición en el desarrollo de la función comercial. La delimitación de los centros comerciales urbanos responderá a criterios de tipo económico, comercial, social, histórico, urbanístico y medioambiental.

3. Corresponde a la conselleria competente en materia de comercio la calificación de los centros comerciales urbanos de la Comunitat Valenciana, de acuerdo con el procedimiento que reglamentariamente se establezca.

#### Artículo 42. Otros ámbitos de actuación preferente

La conselleria competente en materia de comercio, en colaboración con otros departamentos de la Generalitat, los ayuntamientos y los agentes económicos y sociales, impulsará:

1. La realización de planes de mejora urbana en los centros históricos de carácter comercial, a través de programas y proyectos de urbanismo y desarrollo comercial. A tal efecto, la conselleria establecerá las condiciones históricas, comerciales y urbanísticas necesarias para contar con esta calificación.

2. La mejora de parques comerciales y corredores urbanos de carácter comercial que presenten entornos urbanísticamente deteriorados, mediante proyectos de mejora de las condiciones de movilidad, elementos de equipamiento y urbanización e integración de sistemas de transporte colectivo. Para ello se estimulará la cooperación entre los ayuntamientos para la formulación de proyectos supralocales y la creación de entidades para la gestión y coordinación de dichos proyectos en los que participen los operadores privados.

3. En municipios de carácter turístico, acciones y proyectos de promoción, dinamización, señalización y mejora de entornos urbanocomerciales en coordinación con los planes de dinamización turística.

4. En las zonas rurales, la realización de acciones específicas de promoción y modernización de los tejidos y equipamientos comerciales y de apoyo a la venta no sedentaria, con el fin de mantener las adecuadas condiciones de calidad de vida de la población.

5. En los mercados municipales, la realización de proyectos de modernización y mejora de sus entornos, los edificios y las infraestructuras, adecuándolos a las necesidades actuales de los consumidores.

6. En los entornos donde se desarrollen habitualmente mercados extraordinarios y venta no sedentaria, proyectos y actuaciones de mejora urbana y de creación de infraestructuras y servicios urbanos adaptados a esta modalidad de venta.

#### TÍTULO IV

##### Ventas fuera de establecimiento comercial

#### CAPÍTULO I

##### Venta no sedentaria

#### Artículo 43. Concepto

1. Se considera venta no sedentaria la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual,

nal, periòdica o continuada en els perímetres o llocs degudament autoritzats en instal·lacions comercials desmuntables o transportables.

2. Es considera venda ambulanta la modalitat de venda no sedentària efectuada en ubicació mòbil, de manera i amb mitjans que permeten al venedor oferir la seua mercaderia de forma itinerant i detenir-se en diferents llocs successivament i pel temps necessari per a efectuar la venda.

3. Les activitats de venda no sedentària no perden la seua condició pel fet de desenrotllar-se sobre sòls de propietat o titularitat privada.

#### Article 44. Objecte de la venda

Excepte prohibició expressa en la normativa vigent, tots els productes podran ser objecte de venda no sedentària, sempre que complisquen la normativa tecnosanitària i de seguretat.

#### Article 45. Autorització

1. Per a cada emplaçament concret i per a cada una de les modalitats de venda no sedentària que el comerciant es propose exercir, el comerciant haurà de disposar d'autorització, que serà atorgada per l'ajuntament respectiu.

2. Correspondrà als ajuntaments atorgar les autoritzacions per a l'exercici de la venda no sedentària en els respectius termes municipals, d'acord amb les seues normes específiques i les contingudes en la legislació vigent. Els ajuntaments, a través de la Federació Valenciana de Municipis i Províncies (FVMP), procuraran que el termini de duració de les autoritzacions per a l'exercici de la venda no sedentària siga el mateix a tots els municipis.

3. No obstant això anterior, i ja que el nombre d'autoritzacions disponibles és limitat a causa de l'escassetat de sòl habilitat a este efecte, la duració d'estes no podrà ser per temps indefinit, i s'haurà de permetre, en tot cas, l'amortització de les inversions i una remuneració equitativa dels capitals invertits. En tot cas les autoritzacions seran renovables.

4. El procediment per a la selecció entre els possibles candidats haurà de garantir la transparència i la imparcialitat i, en concret, la publicitat adequada de l'inici, desenrotllament i fi del procés.

5. L'autorització que s'atorgue no donarà lloc a un procediment de renovació automàtica, ni comportarà cap altre tipus d'avantatge per al prestador cessant o les persones que estiguen especialment vinculades amb ell.

#### Article 46. Identificació

Els que realitzen venda no sedentària hauran de tenir exposades, de forma fàcilment visible per al públic, les seues dades personals i el document en què conste la corresponent autorització municipal, així com una adreça per a la recepció de les possibles reclamacions.

#### Article 47. Ordenances municipals

1. La regulació a través de les ordenances municipals, necessàriament, haurà d'especificar:

a) Els perímetres o llocs determinats, públics o privats, on es podrà realitzar la venda no sedentària.

b) El procediment i els criteris que seran considerats per a l'autorització de la venda no sedentària i que atendran, en particular, als interessos dels consumidors i dels ciutadans, com la mobilitat i l'adequada prestació dels servicis públics.

c) Els criteris excepcionals que hagen de considerar-se amb motiu de la celebració de les festes de la població i l'organització d'esdeveniments públics.

d) El règim de les diferents modalitats de venda no sedentària.

e) El règim de la venda no sedentària realitzada en espais de titularitat privada.

f) El règim d'infraccions i sancions, d'acord amb el que preveuen els articles 139 a 141 de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, Reguladora de les Bases del Règim Local.

2. Les ordenances municipals podran preveure la regulació de la venda directa pels agricultors i ramaders dels productes agropecuaris en estat natural i en el seu lloc de producció, amb subjecció, en tot cas, als requisits aplicables establits per la normativa vigent.

ocasional, periòdica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados en instalaciones comerciales desmontables o transportables.

2. Se considera venta ambulante la modalidad de venta no sedentaria practicada en ubicación móvil, de manera y con medios que permitan al vendedor ofertar su mercancía de forma itinerante, deteniéndose en distintos lugares sucesivamente y por el tiempo necesario para efectuar la venta.

3. Las actividades de venta no sedentaria no pierden su condición por el hecho de desarrollarse sobre suelos de propiedad o titularidad privada.

#### Artículo 44. Objeto de la venta

Salvo prohibición expresa en la normativa vigente, todos los productos podrán ser objeto de venta no sedentaria, siempre y cuando cumplan con la normativa técnico-sanitaria y de seguridad.

#### Artículo 45. Autorización

1. Para cada emplazamiento concreto, y para cada una de las modalidades de venta no sedentaria que el comerciante se proponga ejercer, el comerciante deberá disponer de autorización, que será otorgada por el ayuntamiento respectivo.

2. Corresponderá a los ayuntamientos otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta no sedentaria en sus respectivos términos municipales, de acuerdo con sus normas específicas y las contenidas en la legislación vigente. Los ayuntamientos, a través de la Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP), procurarán que el plazo de duración de las autorizaciones para el ejercicio de la venta no sedentaria sea el mismo en todos los municipios.

3. No obstante lo anterior, y puesto que el número de autorizaciones disponibles es limitado debido a la escasez de suelo habilitado a tal efecto, la duración de las mismas no podrá ser por tiempo indefinido, debiendo permitir, en todo caso, la amortización de las inversiones y una remuneración equitativa de los capitales invertidos. En todo caso las autorizaciones serán renovables.

4. El procedimiento para la selección entre los posibles candidatos habrá de garantizar la transparencia y la imparcialidad y, en concreto, la publicidad adecuada del inicio, desarrollo y fin del proceso.

5. La autorización que se otorgue no dará lugar a un procedimiento de renovación automática, ni conllevará ningún otro tipo de ventaja para el prestador cesante o las personas que estén especialmente vinculadas con él.

#### Artículo 46. Identificación

Quienes realicen venta no sedentaria deberán tener expuestos, en forma fácilmente visible para el público, sus datos personales y el documento en el que conste la correspondiente autorización municipal, así como una dirección para la recepción de las posibles reclamaciones.

#### Artículo 47. Ordenanzas municipales

1. La regulación a través de las ordenanzas municipales, necesariamente, deberá especificar:

a) Los perímetros o lugares determinados, públicos o privados, donde se podrá realizar la venta no sedentaria.

b) El procedimiento y criterios que serán considerados para la autorización de la venta no sedentaria, y que atenderán, en particular, a los intereses de los consumidores y de los ciudadanos, como su movilidad y la adecuada prestación de los servicios públicos.

c) Los criterios excepcionales que hayan de considerarse con ocasión de la celebración de las fiestas de la población y la organización de eventos públicos.

d) El régimen de las diferentes modalidades de venta no sedentaria.

e) El régimen de la venta no sedentaria realizada en espacios de titularidad privada.

f) El régimen de infracciones y sanciones, de acuerdo con lo previsto en los artículos 139 a 141 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

2. Las ordenanzas municipales podrán contemplar la regulación de la venta directa por los agricultores y ganaderos de los productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción, con sujeción, en todo caso, a los requisitos aplicables establecidos por la normativa vigente.

3. Si no hi ha ordenança municipal, caldrà ajustar-se al que disposen les normes legals i reglamentàries, estatals i autonòmiques, que siguen aplicables en la matèria.

## CAPÍTOL II Venda a distància

### Article 48. Concepte

Es consideren vendes a distància les efectuades sense la presència física simultània del comprador i del venedor, sempre que l'oferta i acceptació es realitzen de forma exclusiva a través d'una tècnica qual-sevol de comunicació a distància i dins d'un sistema de contractació a distància organitzat pel venedor.

### Article 49. Règim jurídic

Les vendes a distància es regiran, a més de per les normes previstes en esta llei, per la legislació estatal que siga aplicable, en particular per la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, la Llei 34/2002, d'11 de juliol, de Servicis de la Societat de la Informació i de Comerç Electrònic, i el Reial Decret Legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual es va aprovar el Text Refós de la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris.

### Article 50. Comerç electrònic i altres mitjans de comunicació a distància

1. Les comunicacions que, dins de l'àmbit d'aplicació d'esta llei, es realitzen a través d'un mitjà electrònic i altres mitjans de comunicació a distància hauran d'identificar-se clarament com a comercials, i informar, si és el cas, de l'adhesió a codis de conducta o a sistemes arbitrals o de resolució extrajudicial de conflictes.

2. Les empreses que exercisquen l'activitat de comerç electrònic hauran d'estar en disposició d'acreditar davant de les autoritats de comerç competents que:

a) Disposen dels sistemes adequats perquè el comprador puga emmagatzemar i reproduir les dades relatives a les condicions aplicables a la transacció comercial.

b) Disposen dels mitjans tècnics per a identificar i corregir els errors d'introducció de dades abans d'efectuar la comanda, així com per a comunicar-ne l'acceptació.

c) Disposen de sistemes apropiats per a registrar els titulars de comptes de correu electrònic que no desitgen rebre comunicacions comercials.

3. En totes les comunicacions comercials haurà d'aparèixer amb claredat la identitat de l'empresa, així com una adreça on s'atenguen les reclamacions.

## CAPÍTOL III Venda domiciliària

### Article 51. Concepte

1. Als efectes d'esta llei, s'entén per venda domiciliària la realitzada professionalment mitjançant la visita del venedor o dels seus empleats o agents al domicili dels possibles compradors, tant si es produïx el lliurament de la cosa venuda en el mateix moment, com si no.

No es considerarà venda domiciliària el lliurament de mercaderies adquirides prèviament en establiments comercials o sota alguna modalitat de venda a distància.

2. Es consideren assimilades a la venda a domicili les vendes que es realitzen en el lloc de treball del comprador, l'anomenada «venta en reunió» d'un grup de persones convocades pel venedor o una altra persona a petició d'este, les realitzades amb motiu d'excursions i viatges, encara que tinguen lloc en locals del venedor i, en general, la venda al detall realitzada fora de l'establiment del comerciant i a iniciativa d'este o dels seus auxiliars.

### Article 52. Règim jurídic

Les vendes domiciliàries es regiran, a més de per les disposicions de la present llei, per allò que s'ha previst per als contractes efectuats fora d'establiments comercials en el Reial Decret Legislatiu 1/2007, de 16 de

3. En defecto de ordenanza municipal se estará a lo dispuesto en las normas legales y reglamentarias, estatales y autonómicas, que sean aplicables en la materia.

## CAPÍTULO II Venta a distancia

### Artículo 48. Concepto

Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.

### Artículo 49. Régimen jurídico

Las ventas a distancia se regirán, además de por las normas previstas en la presente ley, por la legislación estatal que resulte de aplicación, en particular por la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, y el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprobó el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

### Artículo 50. Comercio electrónico y otros medios de comunicación a distancia

1. Las comunicaciones que, dentro del ámbito de aplicación de esta Ley, se realicen a través de un medio electrónico y otros medios de comunicación a distancia deberán identificarse claramente como comerciales e informar, en su caso, de la adhesión a códigos de conducta o a sistemas arbitrals o de resolución extrajudicial de conflictos.

2. Las empresas que ejerzan la actividad de comercio electrónico deberán estar en disposición de acreditar ante las autoridades de comercio competentes que:

a) Disponen de los sistemas adecuados para que el comprador pueda almacenar y reproducir los datos relativos a las condiciones aplicables a la transacción comercial.

b) Disponen de los medios técnicos para identificar y corregir los errores de introducción de datos antes de efectuar el pedido, así como para comunicar la aceptación de éste.

c) Disponen de sistemas apropiados para registrar a los titulares de cuentas de correo electrónico que no deseen recibir comunicaciones comerciales.

3. En todas las comunicaciones comerciales deberá figurar con claridad la identidad de la empresa, así como una dirección donde se atiendan las reclamaciones.

## CAPÍTULO III Venta domiciliaria

### Artículo 51. Concepto

1. A los efectos de esta ley, se entiende por venta domiciliaria la realizada profesionalmente mediante la visita del vendedor, o de sus empleados o agentes, al domicilio de los posibles compradores, tanto si se produce la entrega de la cosa vendida en el mismo momento, como si no.

No se considerará venta domiciliaria la entrega de mercancías adquiridas previamente en establecimientos comerciales o bajo alguna modalidad de venta a distancia.

2. Se consideran asimiladas a la venta a domicilio las que se realizan en el lugar de trabajo del comprador, la llamada «venta en reunión» de un grupo de personas convocadas por el vendedor u otra persona a petición de éste, las realizadas con ocasión de excursiones y viajes, aunque tengan lugar en locales del vendedor, y, en general, la venta al por menor realizada fuera del establecimiento del comerciante y a iniciativa de éste o de sus auxiliares.

### Artículo 52. Régimen jurídico

Las ventas domiciliarias se regirán, además de por las disposiciones de la presente ley, por lo previsto para los contratos celebrados fuera de establecimientos comerciales en el Real Decreto Legislativo 1/2007,

novembre, pel qual es va aprovar el Text Refós de la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris, i altres lleis complementàries.

No podran ser objecte de venda domiciliària aquells productes la regulació dels quals prohibisca este tipus de vendes, especialment els alimentaris, i aquells que, per la forma de presentació o altres circumstàncies, no complisquen les normes tècnico-sanitàries o de seguretat.

#### Article 53. Requisits

Per a la pràctica de la venda domiciliària hauran de complir-se els requisits següents:

1. Les empreses que realitzen venda domiciliària en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana hauran de depositar una fiança caucional de garantia, ajustada al seu volum de negoci, per la possible responsabilitat civil que puguen contraure en la pràctica d'este sistema de venda, en la forma i les quanties que reglamentàriament es determinen.

2. Els venedors hauran de mostrar als consumidors la documentació en què conste la identitat de l'empresa i facilitar la informació i les garanties establides per als contractes efectuats fora d'un establiment comercial.

#### Article 54. Venda piramidal

És il·lícit crear, dirigir o promoure un pla de venda piramidal en què el consumidor realitze una contraprestació a canvi de l'oportunitat de rebre una compensació derivada fonamentalment de l'entrada d'altres consumidors en el pla i no de la venda o el subministrament dels productes o servicis.

### CAPÍTOL IV Venda automàtica

#### Article 55. Concepte

1. És venda automàtica la forma de distribució detallista on es posa a disposició del consumidor el producte o servici perquè este l'adquirisca mitjançant l'accionament de qualsevol tipus de mecanisme i amb el pagament previ del seu import.

2. Els distints models de màquines per a la venda automàtica hauran de complir la normativa tècnica que se'ls aplique.

#### Article 56. Informació

Per a protecció dels consumidors i usuaris, en totes les màquines de venda haurà d'aparèixer amb claredat:

1. La informació referida al producte i al comerciant que l'ofereix: el tipus de producte que expenen, el preu i la identitat de l'ofertent, així com una adreça i un telèfon on s'atenguen les reclamacions.

2. La informació relativa a la màquina que expèn el producte: el tipus de monedes que admet i les instruccions per a l'obtenció del producte desitjat, així com l'acreditació del compliment de la normativa tècnica aplicable.

### CAPÍTOL V Venda en subhasta

#### Article 57. Concepte

1. La celebració d'una pública subhasta consistix a oferir, públicament i irrevocablement, la venda d'un bé a favor de qui l'ofereixca mitjançant el sistema de licitacions i dins del termini concedit a este efecte, el preu més alt per damunt d'un mínim, ja es fixe este inicialment o per mitjà d'ofertes descendents realitzades en el transcurs del mateix acte.

2. La regulació de les vendes en pública subhasta continguda en esta llei s'aplicarà a les efectuades per empreses que es dediquen a esta activitat o al comerç al detall, ja siguen realitzades de forma presencial o a distància a través de mitjans telemàtics

3. Les subhastes de títols, així com les subhastes judicials i administratives, es regiran per la seua normativa específica.

#### Article 58. Règim jurídic

Les vendes en pública subhasta que es realitzen en l'àmbit de la Comunitat Valenciana hauran de complir, a més de les disposicions d'esta llei, el que preveuen els articles 56 i següents de la Llei 7/1996,

de 16 de noviembre, por el que se aprobó el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y otras leyes complementarias.

No podrán ser objeto de venta domiciliaria aquellos productos cuya regulación prohíba este tipo de ventas, especialmente los alimenticios y aquellos que, por la forma de presentación u otras circunstancias, no cumplan con las normas técnico-sanitarias o de seguridad.

#### Artículo 53. Requisitos

Para la práctica de la venta domiciliaria deberán cumplirse los siguientes requisitos:

1. Las empresas que realicen venta domiciliaria en el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana deberán depositar una fianza caucional de garantía, ajustada a su volumen de negocio, por la posible responsabilidad civil que puedan contraer en la práctica de este sistema de venta, en la forma y cuantías que reglamentariamente se determinen.

2. Los vendedores deberán mostrar a los consumidores la documentación en la que conste la identidad de la empresa y facilitar la información y las garantías establecidas para los contratos celebrados fuera de un establecimiento comercial.

#### Artículo 54. Venta piramidal

Es ilícito crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en que el consumidor realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el suministro de los productos o servicios.

### CAPÍTULO IV Venta automática

#### Artículo 55. Concepto

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

2. Los distintos modelos de máquinas para la venta automática deberán cumplir la normativa técnica que les sea de aplicación.

#### Artículo 56. Información

Para protección de los consumidores y usuarios, en todas las máquinas de venta deberá figurar, con claridad:

1. La información referida al producto y al comerciante que lo ofrece: el tipo de producto que expenden, su precio y la identidad del oferente, así como una dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones.

2. La información relativa a la máquina que expende el producto: el tipo de monedas que admite y las instrucciones para la obtención del producto deseado, así como la acreditación del cumplimiento de la normativa técnica aplicable.

### CAPÍTULO V Venta en subasta

#### Artículo 57. Concepto

1. La celebración de una pública subasta consiste en ofertar, públicamente e irrevocablemente, la venta de un bien a favor de quien ofrezca, mediante el sistema de pujas y dentro del plazo concedido al efecto, el precio más alto por encima de un mínimo, ya se fije éste inicialmente o mediante ofertas descendentes realizadas en el curso del propio acto.

2. La regulación de las ventas en pública subasta contenida en la presente ley se aplicará a las efectuadas por empresas que se dediquen a esta actividad o al comercio al por menor, ya sean realizadas de forma presencial o a distancia a través de medios telemáticos

3. Las subastas de títulos, así como las subastas judiciales y administrativas, se regirán por su normativa específica.

#### Artículo 58. Régimen jurídico

Las ventas en pública subasta, que se realicen en el ámbito de la Comunitat Valenciana, deberán cumplir, además de las disposiciones de la presente Ley, con lo previsto en los artículos 56 y siguientes de la

de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, i la resta de normativa aplicable.

#### Article 59. Obligacions d'informació

1. L'oferta de venda en subhasta haurà d'incloure una descripció veraç dels objectes que ixen a la subhasta, amb identificació de si les seues qualitats són certes o, simplement, suposades o adverades per determinat expert.

2. Quan en sales especialitzades en objectes d'art o de valor s'ofereix la venda en subhasta d'una imitació o d'un article que, encara que aparentment preciós, no ho siga en realitat, s'haurà de fer constar expressament esta circumstància tant en els anuncis com en les invitacions en les licitacions.

Quan s'ofereix la venda en subhasta d'un objecte acompanyat del nom o de les inicials d'un determinat autor o especificant que apareix firmat per este, es considerarà que es ven com a original de tal autor, excepte que consten amb claredat els corresponents advertiments.

3. El que disposa l'apartat 2 d'este article serà també d'aplicació a les vendes d'objectes preciosos o artístics que s'ofereixen al públic en forma diferent de la subhasta.

### TÍTOL V Vendes promocionals

#### CAPÍTOL I Disposicions generals

#### Article 60. Concepte

1. Als efectes de la present llei, es considera venda promocional qualsevol oferta capaç d'influir en la presa de decisions de mercat dels consumidors durant un període limitat de temps, mitjançant la incorporació d'un valor afegit respecte a les condicions habituals de comercialització consistent en un avantatge econòmic o en qualsevol altre tipus d'incentiu material o immaterial.

2. Tindran la consideració de vendes promocionals, als efectes d'esta llei, les vendes de saldos o en liquidació, encara que no necessàriament comporten l'oferiment d'un incentiu al consumidor.

#### Article 61. Principi de legalitat i veracitat

1. Les vendes promocionals han de respectar la legalitat vigent, en particular, la legislació sobre publicitat il·lícita i competència deslleial, i la legislació estatal d'ordenació del comerç detallista que siga d'aplicació directa.

2. Les vendes promocionals no hauran de ser enganyoses.

S'entén per venda promocional enganyosa aquella que per la inexactitud de les dades substancials que hi conté, la seua ambigüitat, o de qualsevol manera, inclosa la presentació, pugui induir a error als consumidors, sent susceptible d'alterar el seu comportament econòmic.

En cas d'omissió d'informació, la venda promocional es considerarà enganyosa quan s'oculte al consumidor la informació substancial necessària perquè el destinatari adopte o pugui adoptar una decisió relativa al seu comportament econòmic amb el degut coneixement de causa.

3. En garantia del principi de veracitat, en particular:

a) No s'utilitzaran denominacions que no es corresponguen amb la verdadera naturalesa de l'oferta promocional.

b) Les vendes promocionals no implicaran una alteració de les propietats dels productes o prestacions, ni l'exigència de condicions diferents de les habituals.

c) No s'emascararan les condicions jurídiques i econòmiques d'adquisició i lliurament dels béns o de la prestació dels servicis.

S'haurà d'informar de manera suficient sobre qualsevol cost addicional que els destinataris de la promoció hagen de desemborsar per a l'adquisició de la prestació objecte de l'oferta o de la prestació addicional oferida com a incentiu, com, si és el cas, les despeses d'enviament o de transport.

d) No es presentaran com a incentius prestacions que són comunes a tots els productes o servicis de la mateixa categoria, o drets que atorga la legislació als consumidors.

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y demás normativa aplicable.

#### Artículo 59. Obligaciones de información

1. La oferta de venta en subasta deberá contener una descripción veraz de los objetos que salen a la misma, con identificación de si sus calidades son ciertas o, simplemente, supuestas o adverdadas por determinado experto.

2. Cuando en salas especializadas en objetos de arte o de valor se oferte la venta en subasta de una imitación o de un artículo que, aunque aparentemente precioso, no lo sea en realidad, deberá hacerse constar expresamente esta circunstancia tanto en los anuncios como en las invitaciones en las pujas.

Cuando se oferte la venta en subasta de un objeto acompañado del nombre o de las iniciales de un determinado autor o precisando que aparece firmado por el mismo, se considerará que se vende como original de dicho autor, a menos que consten con claridad las oportunas advertencias.

3. Lo dispuesto en el apartado 2 del presente artículo será también de aplicación a las ventas de objetos preciosos o artísticos que se oferten al público en forma distinta a la subasta.

### TÍTULO V Ventas promocionales

#### CAPÍTULO I Disposiciones generales

#### Artículo 60. Concepto

1. A los efectos de la presente ley, se considera venta promocional toda oferta capaz de influir en la toma de decisiones de mercado de los consumidores, durante un período limitado de tiempo, mediante la incorporación de un valor añadido con respecto a las condiciones habituales de comercialización, consistente en una ventaja económica o en cualquier otro tipo de incentivo material o inmaterial.

2. Tendrán la consideración de ventas promocionales, a los efectos de la presente ley, las ventas de saldos o en liquidación, aunque no necesariamente comporten el ofrecimiento de un incentivo al consumidor.

#### Artículo 61. Principio de legalidad y veracidad

1. Las ventas promocionales deben respetar la legalidad vigente, en particular, la legislación sobre publicidad ilícita y competencia desleal, y la legislación estatal de ordenación del comercio minorista que resulte de aplicación directa.

2. Las ventas promocionales no deberán ser engañosas.

Se entiende por venta promocional engañosa aquella que en razón de la inexactitud de los datos sustanciales contenidos en ella, su ambigüedad o de cualquier manera, incluida su presentación, pueda inducir a error a los consumidores, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico.

En caso de omisión de información, la venta promocional se considerará engañosa cuando se oculte al consumidor la información sustancial necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa.

3. En garantía del principio de veracidad, en particular:

a) No se utilizarán denominaciones que no se correspondan con la verdadera naturaleza de la oferta promocional.

b) Las ventas promocionales no supondrán una alteración de las propiedades de los productos o prestaciones, ni la exigencia de condiciones distintas a las habituales.

c) No se enmascararán las condiciones jurídicas y económicas de adquisición y entrega de los bienes o de la prestación de los servicios.

Se deberá informar de forma suficiente sobre cualquier coste adicional que los destinatarios de la promoción deban desemborsar para la adquisición de la prestación objeto de la oferta o de la prestación adicional ofrecida como incentivo, como, en su caso, los gastos de envío o de transporte.

d) No se presentarán como incentivos prestaciones que son comunes a todos los productos o servicios de la misma categoría, o derechos que otorga la legislación a los consumidores.

**Article 62. Disponibilitat d'existències**

1. En l'organització d'una oferta promocional s'haurà de disposar d'existències suficients per a satisfer la demanda previsible en cada establiment, calculada de manera raonable, atenent, entre altres circumstàncies, la duració de la promoció anunciada i la publicitat realitzada. En eixe sentit, queden prohibides les ofertes comercials que evidencien la impossibilitat de cobrir una mínima demanda, a la vista de les existències que es posen a la venda i del mercat potencial al qual es dirigixen, i l'única pretensió de la qual siga la d'atraure al consumidor a l'establiment mitjançant una expectativa enganyosa.

2. La supeditació de l'oferta a l'existència de mercaderies o d'estocs no elimina l'eventual caràcter enganyós.

**CAPÍTOL II**  
Obligacions d'informació

**Article 63. Informació sobre limitacions essencials**

En l'organització de vendes promocionals s'haurà d'informar de forma completa, comprensible i veraç de les limitacions essencials de l'oferta.

En particular, s'informarà sobre les següents:

1. Limitacions espacials: en el cas que l'àmbit espacial on s'ofereix la promoció no coincidisca amb aquell en què se n'ha realitzat la difusió publicitària, l'anunciant haurà d'especificar, de forma clara, la zona o els punts de venda per als quals s'organitza la venda promocional o el territori o establiments que en queden exclosos.

2. Limitacions temporals: l'anunciant haurà d'informar sobre la duració de l'oferta promocional, indicant de forma, intel·ligible, visible i llegible, la data de començament i de finalització.

3. Limitacions quantitatives: en cas de limitar-se les existències, caldrà informar-ne sobre la quantitat disponible, que, en tot cas, serà adequada a la duració de la promoció.

4. Limitacions qualitatives: en cas d'ofertes promocionals de productes les característiques dels quals no es corresponen amb les habituals, caldrà informar sobre l'esmentada circumstància, en especial en el supòsit de vendes de saldos.

**Article 64. Bases de la promoció**

1. Les condicions essencials de la venda promocional hauran d'incorporar-se a la publicitat d'esta.

No obstant això anterior, en el cas que hi haguera un altre tipus de condicions secundàries es farà referència a l'existència d'estes condicions de forma clara i suficient en l'esmentada publicitat, i que es posa a disposició dels destinataris en el punt de venda; i s'haurà de facilitar per escrit als que ho sol·liciten i, en tot cas, als que manifesten la voluntat d'adquirir algun dels productes oferits amb antelació a la formalització del contracte de compravenda.

2. En cas de publicitat de la venda promocional en una pàgina web hauran d'aparèixer en la pàgina, de forma clara i visible, totes les condicions, tant les essencials com les secundàries, durant tot el període de duració de l'oferta.

**Article 65. Pluralitat d'ofertes promocionals en un establiment**

1. La venda promocional d'un nombre limitat de productes o servicis oferits en un establiment no podrà causar en els consumidors la imatge que són tots o la majoria dels productes o servicis de l'establiment els que s'ofereixen en condicions avantatjoses.

2. Només podrà anunciar-se una venda promocional com a general en tot l'establiment quan incloga, almenys, més de la meitat dels productes o servicis oferits.

3. En tot cas, hauran de separar-se suficientment els productes o servicis objecte de la promoció d'aquells oferits en condicions habituals, així com distingir, de forma clara, entre els distints tipus de vendes promocionals.

**Article 66. Pluralitat d'establiments participants en una oferta promocional**

1. Només podrà anunciar-se una venda promocional com a general per a una agrupació o cadena d'establiments quan siga seguida, almenys, pels dos terços dels seus establiments.

**Artículo 62. Disponibilidad de existencias**

1. En la organización de una oferta promocional se deberá contar con existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible en cada establecimiento, calculada de modo razonable, atendiendo, entre otras circunstancias, a la duración de la promoción anunciada y a la publicidad realizada. En ese sentido, quedan prohibidas las ofertas comerciales que evidencien la imposibilidad de cubrir una mínima demanda, a la vista de las existencias puestas a la venta y del mercado potencial al que se dirigen, y cuya única pretensión sea la de atraer al consumidor al establecimiento mediante una expectativa engañosa.

2. La supeditación de la oferta a la existencia de mercancías o de stocks no elimina el eventual carácter engañoso.

**CAPÍTULO II**  
Obligaciones de información

**Artículo 63. Información sobre limitaciones esenciales**

En la organización de ventas promocionales se deberá informar de forma completa, comprensible y veraz sobre las limitaciones esenciales de la oferta.

En particular, se informará sobre las siguientes:

1. Limitaciones espaciales: en el caso de que el ámbito espacial en el que se ofrece la promoción no coincida con aquel en el que se ha realizado su difusión publicitaria, el anunciante deberá especificar, de forma clara, la zona o puntos de venta para los que se organiza la venta promocional o el territorio o establecimientos que quedan excluidos de la misma.

2. Limitaciones temporales: el anunciante deberá informar sobre la duración de la oferta promocional, indicando, de forma inteligible, visible y legible, su fecha de comienzo y de finalización.

3. Limitaciones cuantitativas: en caso de limitarse las existencias, deberá informarse sobre la cantidad disponible de las mismas, que, en todo caso, será adecuada a la duración de la promoción.

4. Limitaciones cualitativas: en caso de ofertas promocionales de productos cuyas características no se corresponden con las habituales, deberá informarse sobre dicha circunstancia, en especial en el supuesto de ventas de saldos.

**Artículo 64. Bases de la promoción**

1. Las condiciones esenciales de la venta promocional deberán incorporarse a la publicidad de la misma.

No obstante lo anterior, en caso de que existiera otro tipo de condiciones secundarias se hará referencia a su existencia de forma clara y suficiente en dicha publicidad, y a que se pone a disposición de los destinatarios en el punto de venta, debiendo facilitarse por escrito a quienes lo soliciten y, en todo caso, a los que manifesten la voluntad de realizar la adquisición de alguno de los productos ofertados con antelación a la formalización del contrato de compraventa.

2. En caso de publicidad de la venta promocional en una página web deberán figurar en la misma, de forma clara y visible, todas las condiciones, tanto las esenciales como secundarias, durante todo el período de duración de la oferta.

**Artículo 65. Pluralidad de ofertas promocionales en un establecimiento**

1. La venta promocional de un número limitado de productos o servicios ofrecidos en un establecimiento no podrá causar en los consumidores la imagen de que son todos o la mayoría de los productos o servicios del establecimiento los que se ofrecen en condiciones ventajosas.

2. Sólo podrá anunciarse una venta promocional como general en todo el establecimiento cuando comprenda, al menos, más de la mitad de los productos o servicios ofrecidos.

3. En todo caso, deberán separarse suficientemente los productos o servicios objeto de la promoción de aquellos ofrecidos en condiciones habituales, así como distinguir, de forma clara, entre los distintos tipos de ventas promocionales.

**Artículo 66. Pluralidad de establecimientos participantes en una oferta promocional**

1. Solo podrá anunciarse una venta promocional como general para una agrupación o cadena de establecimientos cuando sea seguida, al menos, por los dos tercios de sus establecimientos.

2. En la publicitat haurà d'advertir-se, en tot cas, de manera clara, que les esmentades promocions no s'ofereixen en tots els establiments, amb especificació dels inclosos i/o els exclosos. A més, en l'exterior dels establiments haurà d'informar-se, de forma clara i destacada, sobre la seua participació o no en la promoció.

#### Article 67. Informació sobre la quantia de la reducció

1. Sempre que s'ofereixen articles amb reducció de preu, haurà de figurar amb claredat, en cadascun, el preu anterior juntament amb el preu reduït, excepte en el cas que es tracte de promocions d'articles que es posen a la venda per primera vegada; en este cas haurà d'aparèixer el preu de venda al públic que serà habitual una vegada finalitze la promoció.

S'entendrà per preu anterior el que haguera sigut aplicat sobre productes idèntics durant un període continuat, almenys, de trenta dies, en el transcurs dels sis mesos precedents, excepte en el cas de productes peribles, per als quals s'entendrà que el termini és de set dies.

2. No obstant això assenyalat en l'apartat precedent, quan es tracte d'una reducció percentual d'un conjunt d'articles, serà suficient l'anunci genèric d'esta, sense necessitat que conste individualment en cada article ofert.

3. No pot utilitzar-se un preu fictici com a referència del preu habitual. En particular, es considerarà que un preu és fictici quan:

a) El preu publicitat com a anterior no es correspon amb l'aplicat en un període immediatament anterior, no ha sigut realment aplicat, ha sigut exigit artificialment a un preu molt alt durant un període de temps molt curt o en relació amb prestacions que no són idèntiques.

b) El preu de fàbrica o de majorista publicitat no coincideix amb l'efectivament aplicat pel fabricant o majorista, respectivament.

c) El preu publicitat de llançament, d'obertura o equivalent no és inferior al que efectivament serà aplicat amb posterioritat.

d) El preu recomanat en les ofertes realitzades en un establiment no coincideix amb el preu habitual aplicat en el dit establiment, almenys trenta dies durant els últims sis mesos, excepte en el cas de productes peribles, per als quals s'entendrà que el termini és de set dies, o en les ofertes d'un grup de comerciants, quan siga superior al preu més alt efectivament aplicat pels participants en la promoció.

4. Les vendes promocionals que afecten un conjunt de productes o servicis i ofereixen reduccions de preu de quantia variable podran anunciar-se mitjançant expressions «des de» o «fins a» un percentatge o quantia determinada, sempre que el dit percentatge, o la dita quantia, siga real i no constitueixca un supòsit excepcional que puga portar els destinataris a conclusions errònies sobre l'abast de la reducció de preus.

Es presumirà que constitueix un supòsit excepcional que pot portar a error els destinataris quan el percentatge o la quantia mencionades en la publicitat mitjançant les expressions «des de» o «fins a» no abaste, almenys, el 50% dels productes o servicis oferits.

### CAPÍTOL III Vendes en rebaxes

#### Article 68. Concepte

S'entén que hi ha venda en rebaxes quan els articles objecte d'esta s'ofereixen en el mateix establiment en què s'exercix habitualment l'activitat comercial a un preu inferior al fixat abans de l'esmentada venda.

#### Article 69. Temporada de rebaxes

1. Les vendes en rebaxes només podran tenir lloc com a tals en dues temporades anuals; una iniciada al principi d'any, i l'altra entorn del període estival de vacances.

2. La duració de cada període de rebaxes serà, com a mínim, d'una setmana i, com a màxim, de dos mesos, d'acord amb la decisió de cada comerciant dins de les dates concretes que fixe, mitjançant una ordre, la conselleria competent en matèria de comerç.

2. En la publicidad deberá advertirse, en todo caso, de forma clara, que dichas promociones no se ofrecen en todos los establecimientos, especificando los incluidos y/o los excluidos. Además, en el exterior de los establecimientos deberá informarse, de forma clara y destacada, sobre su participación o no en la promoción.

#### Artículo 67. Información sobre la cuantía de la reducción

1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de promociones de artículos puestos a la venta por primera vez; en este caso deberá figurar el precio de venta al público que será habitual una vez finalice la promoción.

Se entenderá por precio anterior el que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos durante un período continuado de, al menos, treinta días, en el curso de los seis meses precedentes, salvo en el caso de productos perecederos, para los cuales se entenderá que el plazo es de siete días.

2. No obstante lo señalado en el apartado precedente, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, bastará con el anuncio genérico de la misma, sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado.

3. No puede utilizarse un precio ficticio como referencia del precio habitual. En particular, se considerará que un precio es ficticio cuando:

a) El precio publicitado como anterior no se corresponde con el practicado en un período inmediatamente anterior, no ha sido realmente practicado, ha sido exigido artificialmente a un precio muy alto durante un período de tiempo muy corto o en relación con prestaciones que no son idénticas.

b) El precio de fábrica o de mayorista publicitado no coincide con el efectivamente practicado por el fabricante o mayorista, respectivamente.

c) El precio publicitado de lanzamiento, de apertura o equivalente no es inferior al que efectivamente será practicado con posterioridad.

d) El precio recomendado en las ofertas realizadas en un establecimiento no coincide con el precio habitual practicado en dicho establecimiento, al menos treinta días durante los últimos seis meses, salvo en el caso de productos perecederos para los cuales se entenderá que el plazo es de siete días, o en las ofertas de un grupo de comerciantes cuando sea superior al precio más alto efectivamente practicado por los participantes en la promoción.

4. Las ventas promocionales que afecten a un conjunto de productos o servicios y ofrezcan reducciones de precio de cuantía variable podrán anunciarse mediante expresiones «desde» o «hasta» un porcentaje o cuantía determinada, siempre que dicho porcentaje o cuantía sea real y no constituya un supuesto excepcional que pueda llevar a los destinatarios a conclusiones erróneas acerca del alcance de la reducción de precios.

Se presumirá que constituye un supuesto excepcional que puede llevar a error a los destinatarios cuando el porcentaje o la cuantía mencionadas en la publicidad mediante las expresiones «desde» o «hasta» no alcance, al menos, el 50% de los productos o servicios ofertados.

### CAPÍTULO III Ventas en rebajas

#### Artículo 68. Concepto

Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.

#### Artículo 69. Temporada de rebajas

1. Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar como tales en dos temporadas anuales; una iniciada al principio de año, y la otra en torno al período estival de vacaciones.

2. La duración de cada período de rebajas será, como mínimo, de una semana y, como máximo, de dos meses, de acuerdo con la decisión de cada comerciante dentro de las fechas concretes que fije, mediante orden, la conselleria competente en materia de comercio.



3. Les dates elegides, d'inici i final de rebaixes, hauran d'exhibir-se en els establiments comercials en lloc visible al públic, almenys des del començament al final de la venda promocional.

#### Article 70. Requisits específics

1. No podrà anunciar-se la venda en rebaixes per a un establiment comercial quan esta no afecte, almenys, més de la meitat dels productes oferits.

2. En el supòsit que les rebaixes no afecten la totalitat dels productes, hauran d'identificar-se clarament els que són objecte d'esta venda promocional, i separar-los de la resta.

3. No podran ser objecte d'una venda en rebaixes els productes deteriorats o els que no formen part de les existències anteriors amb un mes d'antelació respecte de la data d'inici de les vendes en rebaixes.

### CAPÍTOL IV

#### Vendes amb descompte

#### Article 71. Concepte

1. Es consideren vendes amb descompte aquelles que es realitzen per preu inferior o en condicions més favorables que les habituals, a fi de potenciar la venda de determinats productes o el desenvolupament d'un o de diversos comerços o establiments.

2. Només podran anunciar-se amb les expressions «descomptes», «ofertes» o «promoció», si bé, a continuació se'n podrà especificar el motiu.

#### Article 72. Descomptes en espècie

1. S'entén per descompte en espècie qualsevol promoció publicitària consistent en l'oferiment d'una prestació adicional de la mateixa naturalesa que la prestació principal. En particular, constitueixen descomptes en espècie les promocions publicitàries en què s'utilitzen expressions del tipus «3 x 2», «2 x 1» o per mitjà de la referència a un percentatge determinat de quantitat suplementària.

2. L'oferiment d'un descompte en espècie no podrà defraudar les expectatives creades en els destinataris mitjançant l'exigència d'un preu superior al que exigia per a l'adquisició de la prestació principal, llevat que d'això s'informe de forma clara, suficient i explícita en la publicitat.

### CAPÍTOL V

#### Vendes amb obsequi

#### Article 73. Concepte

1. Amb la finalitat de promoure les vendes, podrà oferir-se als compradors un altre producte o servici gratuït o a preu especialment reduït, ja siga en forma automàtica, o bé diferida o aleatòria, mitjançant la participació en un sorteig o concurs, sempre que no dificulte la valoració de l'oferta.

2. En cap cas podran oferir-se obsequis o regals amb fins publicitaris ni organitzar-se pràctiques comercials anàlogues quan, per les circumstàncies en què s'efectuen, posen al consumidor en el compromís de contractar la prestació principal.

#### Article 74. Requisits

1. En les vendes amb obsequis, en les quals el lliurament de la prestació adicional se supedita al canvi d'un o, normalment, diversos cupons, vals, segells i altres documents incorporats a la prestació principal, es donarà a conèixer amb precisió l'objecte de l'obsequi i les condicions d'obtenció.

2. Les bases per les quals es regiran els concursos, sorteigs o semblants, hauran de constar en l'envàs o embolcall del producte de què es tracte o, quan no siga possible, reproduir-les íntegrament, estar degudament acreditades davant de notari i ser accessibles per als destinataris en els termes assenyalats en l'article 64. En la publicitat ha de fer-se menció expressa de l'existència d'estes bases, així com del procediment per a l'obtenció.

Les esmentades bases inclouran no només les condicions de participació i les informacions sobre els premis, sinó també la descripció completa del procediment tècnic per a realitzar el sorteig o concurs en

3. Las fechas de inicio y final de rebajas elegidas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, al menos desde el comienzo al final de la venta promocional.

#### Artículo 70. Requisitos específicos

1. No podrá anunciarse la venta en rebajas para un establecimiento comercial cuando la misma no afecte, al menos, a más de la mitad de los productos ofrecidos.

2. En el supuesto en que las rebajas no afecten a la totalidad de los productos, deberán identificarse claramente los que son objeto de esta venta promocional, separándolos del resto.

3. No podrán ser objeto de una venta en rebajas los productos deteriorados o los que no formen parte de las existencias anteriores con un mes de antelación a la fecha de inicio de las ventas en rebajas.

### CAPÍTULO IV

#### Ventas con descuento

#### Artículo 71. Concepto

1. Se consideran ventas con descuento aquellas que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

2. Sólo podrán anunciarse con las expresiones «descuentos», «ofertas» o «promoción», si bien, a continuación se podrá especificar el motivo de las mismas.

#### Artículo 72. Descuentos en especie

1. Se entiende por descuento en especie toda promoción publicitaria consistente en el ofrecimiento de una prestación adicional de la misma naturaleza que la prestación principal. En particular, constituyen descuentos en especie las promociones publicitarias en las que se utilizan expresiones del tipo «3 x 2», «2 x 1» o mediante la referencia a un porcentaje determinado de cantidad suplementaria.

2. El ofrecimiento de un descuento en especie no podrá defraudar las expectativas creadas en los destinatarios mediante la exigencia de un precio superior al que venía exigiéndose para la adquisición de la prestación principal, a no ser que de ello se informe de forma clara, suficiente y explícita en la publicidad.

### CAPÍTULO V

#### Ventas con obsequio

#### Artículo 73. Concepto

1. Con la finalidad de promover las ventas, podrá ofertarse a los compradores otro producto o servicio gratuito o a precio especialmente reducido, ya sea en forma automática, o bien diferida o aleatoria, mediante la participación en un sorteo o concurso, siempre que no dificulte la valoración de la oferta.

2. En ningún caso podrán ofrecerse obsequios o regalos con fines publicitarios ni organizarse prácticas comerciales análogas cuando, por las circunstancias en que se realicen, pongan al consumidor en el compromiso de contratar la prestación principal.

#### Artículo 74. Requisitos

1. En las ventas con obsequios, en las que la entrega de la prestación adicional se supedita al canje de uno o, normalmente, varios cupones, vales, sellos y otros documentos incorporados a la prestación principal, se dará a conocer con precisión el objeto del obsequio y las condiciones de obtención.

2. Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltura del producto de que se trate o, cuando no sea posible reproducirlas en su integridad, estar debidamente acreditadas ante Notario y ser accesibles para sus destinatarios en los términos señalados en el artículo 64. En la publicidad debe hacerse menció expresa a la existencia de estas bases, así como al procedimiento para su obtención.

Dichas bases contendrán no sólo las condiciones de participación e informaciones acerca de los premios, sino también la descripción completa del procedimiento técnico para realizar el sorteo o concurso en el

el cas en què es reduïska significativament la possibilitat d'aconseguir el premi.

3. No es crearà la impressió falsa que el consumidor ha guanyat ja, guanyarà o aconseguirà l'obsequi, un premi o qualsevol avantatge equivalent si realitza un acte determinat, quan en realitat:

a) No hi ha tal premi o avantatge equivalent.

b) La realització d'una acció relacionada amb l'obtenció del premi o avantatge equivalent està subjecta a l'obligació, per part del consumidor d'efectuar un pagament o l'adquisició de determinats productes o servicis.

#### Article 75. Lliurament dels obsequis

1. Els béns o servicis en què consistisquen els obsequis o incentius promocionals hauran de lliurar-se als compradors en el termini màxim de tres mesos, a comptar des del moment en què el comprador reunisca els requisits exigits.

2. Quan l'ofertament s'haja fet en els envasos dels corresponents productes, s'advertirà del termini de què disposa l'adquirent per a sol·licitar-los, però, en qualsevol cas, el dret a obtenir la prima oferida podrà exercir-se, com a mínim, durant els tres mesos següents a la data de caducitat de la promoció.

#### Article 76. Regulació d'ofertes conjuntes

1. En l'oferta conjunta de diferents productes o servicis, de dues o més classes, com a unitat de contractació que es presente al públic com a oferta promocional, el consumidor haurà de beneficiar-se d'una reducció de preu que, per al cas que els productes o servicis pogueren adquirir-se de forma separada, resultarà de la confrontació del seu preu global amb els preus de cada producte o servici individual.

2. Quan els productes o servicis s'ofereixen habitualment per separat, ha de mantenir-se la possibilitat de l'adquisició individualitzada.

### CAPÍTOL VI Vendes en liquidació

#### Article 77. Concepte

S'entén per venda en liquidació la venda de caràcter excepcional i de finalitat extintiva de determinades existències de productes que, anunciada amb esta denominació o una altra d'equivalent, té lloc en execució d'una decisió judicial o administrativa, o és duta a terme pel comerciant o per l'adquirent per qualsevol títol del negoci d'aquell en algun dels casos següents:

1. Cessació total o parcial de l'activitat de comerç. En el supòsit de cessament parcial haurà d'indicar-se la classe de mercaderies objecte de liquidació.

2. Canvi de ram de comerç o modificació substancial en l'orientació del negoci.

3. Canvi de local o realització d'obres d'importància en este.

4. Qualsevol supòsit de força major que cause greu obstacle al normal exercici de l'activitat comercial.

#### Article 78. Requisits

L'oferta i realització de vendes en liquidació haurà de complir els requisits següents:

1. No podran ser objecte de liquidació aquells articles que no formaren part de les existències de l'establiment un mes abans de l'inici d'esta, o aquells que van ser adquirits pel comerciant a fi d'incloure'ls en la mateixa liquidació.

2. En cap cas l'oferta podrà induir el comprador a creure que la venda en liquidació es fa a preus reduïts quan la reducció no siga certa en relació amb es preus habitualment aplicats abans de la liquidació.

3. El període de liquidació no sobrepassarà els tres mesos.

4. En el curs dels tres anys següents a la finalització d'una venda en liquidació, el venedor no podrà exercir el comerç en la mateixa localitat sobre productes semblants als que hagueren sigut objecte de liquidació per qualsevol dels motius assenyalats en els paràgrafs 1 i 2 de l'article anterior. Tampoc podrà procedir a una nova liquidació en el mateix establiment, excepte quan esta última tinga lloc en execució de decisió

caso en que se reduzca significativamente la posibilidad de conseguir el premio.

3. No se creará la impresión falsa de que el consumidor ha ganado ya, ganará o conseguirá el obsequio, un premio o cualquier ventaja equivalente si realiza un acto determinado cuando en realidad:

a) No existe tal premio o ventaja equivalente.

b) La realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a la obligación, por parte del consumidor, de efectuar un pago o la adquisición de determinados productos o servicios.

#### Artículo 75. Entrega de los obsequios

1. Los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo de tres meses, a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos.

2. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes productos, se advertirá del plazo de que dispone el adquirente para solicitarlos, pero, en cualquier caso, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

#### Artículo 76. Regulación de ofertas conjuntas

1. En la oferta conjunta de diferentes productos o servicios de dos o más clases como unidad de contratación que se presente al público como oferta promocional, el consumidor deberá beneficiarse de una reducción de precio, que, para el caso de que los productos o servicios pudieren adquirirse de forma separada, resultará de la confrontación de su precio global con los precios de cada producto o servicio individual.

2. Cuando los productos o servicios se ofrecen habitualmente por separado, debe mantenerse la posibilidad de su adquisición individualizada.

### CAPÍTULO VI Ventas en liquidación

#### Artículo 77. Concepto

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

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

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

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

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

#### Artículo 78. Requisitos

La oferta y realización de ventas en liquidación deberá cumplir los siguientes requisitos:

1. No podrán ser objeto de liquidación aquellos artículos que no formaran parte de las existencias del establecimiento un mes antes del inicio de la misma, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

2. En ningún caso la oferta podrá inducir al comprador a creer que la venta en liquidación se hace a precios reducidos cuando tal reducción no sea cierta con relación a los precios habitualmente practicados antes de la liquidación.

3. El periodo de liquidación no sobrepasará los tres meses.

4. En el curso de los tres años siguientes a la finalización de una venta en liquidación, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad, sobre productos similares a los que hubiesen sido objeto de liquidación, por cualquiera de los motivos señalados en los párrafos 1 y 2 del artículo anterior. Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta

judicial o administrativa, per cessació total de l'activitat o per causa de força major.

## CAPÍTOL VII Vendes de saldos

### Article 79. Concepte

1. Es considera venda de saldos la de productes el valor de mercat dels quals aparega manifestament disminuït a causa del deteriorament, desperfecte, desús o obsolescència d'estos, sense que un producte tinga esta consideració pel sol fet de ser un excedent de producció o de temporada.

2. L'oferta i realització de venda de saldos podrà fer-se quan es tracte de productes que no es puguen vendre als preus habituals del mercat, bé per haver perdut actualitat o utilitat, estar desaparellats, o bé per ser defectuosos o estar deteriorats, sempre que no comporten risc ni engany per als compradors i que es venguen efectivament a preus inferiors als habituals.

### Article 80. Requisits

La venda de saldos haurà de complir els requisits següents:

1. Excepte en els establiments dedicats exclusivament a esta modalitat de venda, els articles objecte de la venda de saldos hauran d'haver format part de les existències del venedor, almenys, amb sis mesos d'antelació respecte de l'inici de l'oferta, llevat que es tracte de productes defectuosos o deteriorats.

2. La venda de saldos es farà separant-los clarament de la resta de productes de l'establiment comercial.

3. Les vendes de saldos hauran d'anunciar-se necessàriament com a «saldos», «restes» o expressió semblant.

4. Quan es tracte d'articles deteriorats o defectuosos, haurà de constar esta circumstància de manera precisa i ostensible.

### Article 81. Establiments dedicats permanentment a la venda de saldos

1. Per a la venda de saldos amb caràcter habitual i permanent, l'establiment comercial haurà d'estar dedicat principalment a este tipus de vendes. En l'exterior de l'establiment haurà d'indicar-se clarament la seua activitat i informar-ne de manera destacada sobre la naturalesa en el rètol de l'establiment.

2. Els establiments dedicats de forma exclusiva a la venda de saldos podran saldar articles aliens i articles adquirits específicament amb la finalitat de ser venuts com a saldos o restes.

### Article 82. Venda d'excedents de producció o de temporada

La venda d'articles excedents de producció o de temporada que no tinguen la condició de saldos, per no aparèixer manifestament disminuït el seu valor de mercat, podrà efectuar-se i anunciar-se sota la denominació de «outlet», «factory» o botigues o centres de fabricant, tant en establiments dedicats exclusivament a este tipus de venda com en seccions d'un establiment. En este segon cas, hauran d'estar clarament diferenciades de la resta d'articles de l'establiment. En qualsevol cas, l'oferta es realitzarà aplicant una reducció evident del preu de mercat.

## CAPÍTOL VIII Oferta de venda directa

### Article 83. Veracitat de l'oferta

Queda prohibit que, en l'oferta al públic de mercaderies de qualsevol tipus, invoque el venedor la seua condició de fabricant o majorista, tret que reunisca les circumstàncies següents:

1. Que, en el primer cas, fabrique realment la totalitat dels productes que es posen a la venda, i, en el segon, realitze les seues operacions de venda fonamentalment a comerciants detallistes.

2. Que els preus oferits siguen els mateixos que aplica a altres comerciants, majoristes o detallistes, segons els casos.

última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

## CAPÍTULO VII Ventas de saldos

### Artículo 79. Concepto

1. Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

2. La oferta y realización de venta de saldos podrá hacerse cuando se trate de productos que no se puedan vender a los precios habituales del mercado, bien por haber perdido actualidad o utilidad, estar desaparejados, o bien por ser defectuosos o estar deteriorados, siempre que no comporten riesgo ni engaño para los compradores y que se vendan efectivamente a precios inferiores a los habituales.

### Artículo 80. Requisitos

La venta de saldos deberá cumplir los siguientes requisitos:

1. Salvo en los establecimientos dedicados exclusivamente a esta modalidad de venta, los artículos objeto de la venta de saldos deberán haber formado parte de las existencias del vendedor, al menos, con seis meses de antelación al inicio de la oferta, salvo que se trate de productos defectuosos o deteriorados.

2. La venta de saldos se hará separándolos claramente del resto de productos del establecimiento comercial.

3. Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente como «saldos», «restos» o expresión similar.

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

### Artículo 81. Establecimientos dedicados permanentemente a la venta de saldos

1. Para la venta de saldos con carácter habitual y permanente, el establecimiento comercial deberá estar dedicado principalmente a este tipo de ventas. En el exterior del establecimiento deberá indicarse claramente su actividad, informando de forma destacada sobre su naturaleza en el rótulo del establecimiento.

2. Los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos.

### Artículo 82. Venta de excedentes de producción o de temporada

La venta de artículos excedentes de producción o de temporada que no tengan la condición de saldos, por no aparecer manifestamente disminuido su valor de mercado, podrá practicarse y anunciarse bajo la denominación de «outlet», «factory» o tiendas o centros de fabricante, tanto en establecimientos dedicados exclusivamente a este tipo de venta como en secciones de un establecimiento. En este segundo caso, deberán estar claramente diferenciadas del resto de artículos del establecimiento. En cualquier caso, la oferta se realizará aplicando una reducción evidente de su precio de mercado.

## CAPÍTULO VIII Oferta de venta directa

### Artículo 83. Veracidad de la oferta

Queda prohibido que, en la oferta al público de mercancías de cualquier clase, se invoque por el vendedor su condición de fabricante o mayorista, a menos que reúna las circunstancias siguientes:

1. Que, en el primer caso, fabrique realmente la totalidad de los productos puestos a la venta y, en el segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas.

2. Que los precios ofertados sean los mismos que aplica a otros comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

**TÍTOL VI**  
Governança

**CAPÍTOL I**  
Qualitat en l'acció pública

**Article 84. Compromís de qualitat amb els ciutadans**

La Generalitat garantirà el lliure accés i l'exercici de l'activitat comercial mitjançant la implantació de sistemes de qualitat que redunden en la simplificació de tràmits administratius, la racionalització i l'agilitat dels procediments, i l'accessibilitat del ciutadà a la informació i als servicis per mitjans electrònics, a través de les denominades finestretes úniques.

**Article 85. Foment de la qualitat en la prestació dels servicis**

La Generalitat impulsarà la cultura de la qualitat en el comerç a través de les entitats públiques o privades, especialitzades en matèria de gestió de la qualitat i excel·lència, fonamentalment amb aquelles que no tinguen ànim de lucre, i fomentarà que els prestadors de servicis comercials establits a la Comunitat Valenciana, o els que els oferisquen en règim de lliure prestació de servicis hi procuren un alt nivell de qualitat.

**CAPÍTOL II**  
Descentralització administrativa i funcional

**Article 86. Proximitat de la gestió**

1. La Generalitat garantirà als ens locals el dret a intervenir en la planificació comercial del seu territori, de conformitat amb els principis de descentralització i de màxima proximitat de la gestió administrativa als ciutadans, mitjançant la posada en marxa de mecanismes i actuacions que impulsen el procés de modernització i ordenació del comerç local i contribuïsquen a la millora de la qualitat dels servicis.

2. La Generalitat facilitarà l'aproximació al ciutadà de l'activitat administrativa en matèria de comerç, a través de la implantació d'una xarxa d'agències per al foment de la innovació comercial que, distribuïdes espacialment i coordinades per la conselleria competent en matèria de comerç, donen resposta a les necessitats del sector en clau local.

Reglamentàriament es determinaran les funcions de les agències per al foment de la innovació comercial, així com els requisits i el procediment per a la seua incorporació i acreditació.

**Article 87. Cambres oficials de comerç, indústria i navegació**

A més de l'exercici de les competències de caràcter públic que com a corporacions de dret públic, corresponen a les cambres oficials de comerç, indústria i navegació, la Generalitat podrà encomanar o delegar en estes altres competències que aproximem l'administració al ciutadà i contribuïsquen a la promoció i defensa dels interessos generals del comerç.

**CAPÍTOL III**  
Participació ciutadana

**Article 88. Participació en l'acció pública**

La Generalitat disposarà els mitjans i sistemes necessaris per a facilitar la participació dels ciutadans en l'acció pública, a través dels seus respectius grups d'interés, en tots aquells assumptes que afecten l'activitat comercial.

**Article 89. Observatori del Comerç Valencià**

1. L'Observatori del Comerç Valencià és un òrgan col·legiat, consultiu i assessor en matèria de comerç, adscrit a la conselleria competent en matèria de comerç. En l'exercici de les seues funcions, l'Observatori actuarà com a òrgan d'informació, consulta i assessorament en matèria de comerç i de l'activitat comercial.

2. El règim d'organització i funcionament, així com la determinació de la composició, estarà establert reglamentàriament.

**TÍTULO VI**  
Gobernanza

**CAPÍTULO I**  
Calidad en la acción pública

**Artículo 84. Compromiso de calidad con los ciudadanos**

La Generalitat garantizará el libre acceso y ejercicio de la actividad comercial, mediante la implantación de sistemas de calidad que redunden en la simplificación de trámites administrativos, la racionalización y agilidad de los procedimientos, y la accesibilidad del ciudadano a la información y a los servicios por medios electrónicos, a través de las denominadas ventanillas únicas.

**Artículo 85. Fomento de la calidad en la prestación de los servicios**

La Generalitat impulsará la cultura de la calidad en el comercio a través de las entidades públicas o privadas, especializadas en materia de gestión de la calidad y excelencia, fundamentalmente con aquellas que no tengan ánimo de lucro, fomentando que los prestadores de servicios comerciales establecidos en la Comunitat Valenciana, o quienes los ofrecen en régimen de libre prestación de servicios, procuren un alto nivel de calidad en los mismos.

**CAPÍTULO II**  
Descentralización administrativa y funcional

**Artículo 86. Proximidad de la gestión**

1. La Generalitat garantizará a los entes locales el derecho a intervenir en la planificación comercial de su territorio, de conformidad con los principios de descentralización y de máxima proximidad de la gestión administrativa a los ciudadanos, mediante la puesta en marcha de mecanismos y actuaciones que impulsen el proceso de modernización y ordenación del comercio local y contribuyan a la mejora de la calidad de los servicios.

2. La Generalitat facilitará el acercamiento al ciudadano de la actividad administrativa en materia de comercio, a través de la implantación de una red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial que, distribuidas espacialmente, y coordinadas por la Conselleria competente en materia de comercio, den respuesta a las necesidades del sector en clave local.

Reglamentariamente se determinarán las funciones de las agencias para el fomento de la innovación comercial, así como los requisitos y el procedimiento para su incorporación y acreditación.

**Artículo 87. Cámaras oficiales de comercio, industria y navegación**

Además del ejercicio de las competencias de carácter público que, como corporaciones de derecho público, corresponden a las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación, la Generalitat podrá encomendar o delegar en ellas otras competencias que aproximen la administración al ciudadano y contribuyan a la promoción y defensa de los intereses generales del comercio.

**CAPÍTULO III**  
Participación ciudadana

**Artículo 88. Participación en la acción pública**

La Generalitat dispondrá los medios y sistemas necesarios para facilitar la participación de los ciudadanos en la acción pública, a través de sus respectivos grupos de interés, en todos aquellos asuntos que afecten a la actividad comercial.

**Artículo 89. Observatorio del Comercio Valenciano**

1. El Observatorio del Comercio Valenciano es un órgano colegiado, consultivo y asesor en materia de comercio, adscrito a la conselleria competente en materia de comercio. En el ejercicio de sus funciones, el Observatorio actuará como órgano de información, consulta y asesoramiento en materia de comercio y de la actividad comercial.

2. El régimen de organización y funcionamiento, así como la determinación de su composición, estará establecido reglamentariamente.

**Article 90. Consells locals de comerç**

Les entitats locals podran crear consells locals de Comerç, com a òrgans sectorials de participació ciutadana i assessorament en matèria de comerç local, per a la promoció econòmica i foment de l'atractiu comercial del seu territori. Així mateix, actuaran com a fòrum de debat, diàleg i consens entre els representants del sector comercial i les institucions públiques i privades.

**Article 91. Potenciació de la participació dels agents del sector**

1. La Generalitat potenciarà la col·laboració amb les cambres oficials de comerç, indústria i navegació, d'acord amb el marc establert en la Llei 11/1997, de 16 de desembre, de la Generalitat, i amb les associacions empresarials en el desenvolupament de les accions de promoció, dinamització, formació i assistència al comerç, i promourà polítiques dirigides a l'enfortiment del teixit associatiu comercial, la seua professionalització i el seu reconeixement social.

2. La Generalitat intensificarà la col·laboració amb el sistema universitari Valencià, la xarxa d'instituts tecnològics de la Comunitat Valenciana i altres centres de coneixement i investigació en la posada en marxa de programes d'investigació i acostament de la innovació i les noves tecnologies a les empreses comercials.

**CAPÍTOL IV****Foment de l'activitat comercial****Article 92. Acció pública de foment**

La Generalitat dinamitzarà l'activitat comercial i el conjunt del teixit empresarial valencià, impulsant la modernització de les estructures comercials, la incorporació de noves tecnologies, la creació d'entorns urbans atractius i adequats, la formació dels agents del sector, i la promoció de productes i el comerç valencià, contribuint així a la millora de la competitivitat de les empreses comercials i del conjunt del sistema de distribució comercial valencià, en el marc d'una economia equilibrada i responsable.

**Article 93. Fins de l'actuació pública**

La Generalitat promourà, per mitjà de les seues institucions, i, especialment, a través de la conselleria competent en matèria de comerç i de les cambres oficials de comerç de la Comunitat Valenciana, actuacions tendents a la consecució dels següents objectius:

1. Millorar la competitivitat de les empreses comercials i del conjunt del sistema de distribució comercial valencià.

2. Afavorir l'adaptació de les empreses comercials als canvis del mercat, en els àmbits de la millora de l'eficiència, la gestió i la productivitat, especialment de les PIMES i microempreses.

3. Impulsar la cooperació, l'associacionisme sectorial i la integració empresarial.

4. Impulsar la qualificació dels recursos humans del sector, adaptant la formació professional dels comerciants, directius i empleats a les necessitats del mercat i donant suport als emprenedors del comerç.

5. Ordenar la implantació de grans establiments comercials d'acord amb criteris de sostenibilitat territorial.

6. Aconseguir un comerç més innovador i estendre les noves tecnologies.

7. Implantar la cultura de la qualitat i de l'excel·lència del servei.

8. Impulsar una major responsabilitat mediambiental del comerç valencià.

9. Dinamitzar el comerç urbà consolidant les àrees comercials urbanes, impulsant la realització de plans de desenvolupament comercial de caràcter local i supramunicipal i donant suport a la realització d'actuacions d'urbanisme comercial.

10. Millorar el coneixement sobre el sector comercial valencià i la seua evolució.

**Article 94. Impuls a l'ús de la innovació i les tecnologies de la informació**

Correspon a la Generalitat fomentar la integració de les empreses en la societat de la informació i donar suport a tots aquells projectes d'adaptació de les PIMES mitjançant l'impuls i la promoció de la utilització de les tecnologies de la informació, així com la investigació

**Artículo 90. Consejos locales de comercio**

Las entidades locales podrán crear consejos locales de comercio, como órganos sectoriales de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio local, para la promoción económica y fomento del atractivo comercial de su territorio. Asimismo, actuarán como foro de debate, diálogo y consenso entre los representantes del sector comercial y las instituciones públicas y privadas.

**Artículo 91. Potenciación de la participación de los agentes del sector**

1. La Generalitat potenciarà la col·laboració amb les cambres oficials de comerç, indústria i navegació, de acuerdo con el marco establecido en la Ley 11/1997, de 16 de diciembre, de la Generalitat, y con las asociaciones empresariales en el desarrollo de las acciones de promoción, dinamización, formación y asistencia al comercio, y promoverá políticas dirigidas al fortalecimiento del tejido asociativo comercial, su profesionalización y reconocimiento social.

2. La Generalitat intensificarà la col·laboració amb el sistema universitari valenciano, la red de institutos tecnológicos de la Comunitat Valenciana y otros centros de conocimiento e investigación en la puesta en marcha de programas de investigación y acercamiento de la innovación y las nuevas tecnologías a las empresas comerciales.

**CAPÍTULO IV****Fomento de la actividad comercial****Artículo 92. Acción pública de fomento**

La Generalitat dinamizará la actividad comercial y el conjunto del tejido empresarial valenciano, impulsando la modernización de las estructuras comerciales, la incorporación de nuevas tecnologías, la creación de entornos urbanos atractivos y adecuados, la formación de los agentes del sector, y la promoción de productos y el comercio valenciano, contribuyendo así a la mejora de la competitividad de las empresas comerciales y del conjunto del sistema de distribución comercial valenciano, en el marco de una economía equilibrada y responsable.

**Artículo 93. Fines de la actuación pública**

La Generalitat promoverá, mediante sus instituciones, y especialmente, a través de la Conselleria competente en materia de comercio y de las cámaras oficiales de comercio de la Comunitat Valenciana, actuaciones tendentes a la consecución de los siguientes objetivos:

1. Mejorar la competitividad de las empresas comerciales y del conjunto del sistema de distribución comercial valenciano.

2. Favorecer la adaptación de las empresas comerciales a los cambios del mercado, en los ámbitos de la mejora de la eficiencia, gestión y productividad, especialmente de las PYMES y microempresas.

3. Impulsar la cooperación, el asociacionismo sectorial y la integración empresarial.

4. Impulsar la cualificación de los recursos humanos del sector, adaptando la formación profesional de los comerciantes, directivos y empleados a las necesidades del mercado y apoyando a los emprendedores del comercio.

5. Ordenar la implantación de grandes establecimientos comerciales, en base a criterios de sostenibilidad territorial.

6. Conseguir un comercio más innovador y extender las nuevas tecnologías.

7. Implantar la cultura de la calidad y de la excelencia del servicio.

8. Impulsar una mayor responsabilidad medioambiental del comercio valenciano.

9. Dinamizar el comercio urbano consolidando las áreas comerciales urbanas, impulsando la realización de planes de desarrollo comercial de carácter local y supramunicipal y apoyando la realización de actuaciones de urbanismo comercial.

10. Mejorar el conocimiento sobre el sector comercial valenciano y su evolución.

**Artículo 94. Impulso al uso de la innovación y las tecnologías de la información**

Corresponde a la Generalitat fomentar la integración de las empresas en la sociedad de la información, y apoyar todos aquellos proyectos de adaptación de las PYMES, mediante el impulso y la promoción de la utilización de las tecnologías de la información, así como la investiga-

científica, el desenvolupament tecnològic i la innovació de l'empresa en l'àmbit del comerç electrònic, com a via de futur en els intercanvis comercials.

#### Article 95. Impuls a la formació comercial

1. La Generalitat, en l'exercici de les seues competències, impulsarà la creació de centres o instituts d'investigació i coneixement comercial, en els quals es desenvolupen, en col·laboració amb les cambres oficials de comerç, indústria i navegació i els agents del sector comercial, la investigació sobre la distribució comercial valenciana, es divulgue informació sobre aspectes clau d'esta i es done assistència a les administracions públiques valencianes en el desenvolupament de les seues competències en la promoció i ordenació del comerç valencià i en el desenvolupament de plans, programes i mesures de caràcter sectorial o territorial sobre qualsevol aspecte econòmic, social, urbanístic o cultural que incida en el desenvolupament i la gestió del territori i el comerç valencià, facilitant així l'acostament a l'empresari del comerç de la informació i l'assessorament en matèria comercial.

2. En l'àmbit de la formació comercial, la Generalitat col·laborarà amb les cambres oficials de comerç, indústria i navegació i amb els diferents agents del sector comercial i la resta d'institucions implicades en aquella, en la programació de recorreguts formatius adaptats a les necessitats del sector, l'impuls a la formació contínua i la formació en la mateixa empresa, l'ordenació dels centres de formació homologats, la millora contínua de la qualitat en la formació i la generació de materials formatius que aprofiten el potencial de les noves tecnologies.

#### Article 96. Comerç sostenible i responsable

La Generalitat promourà el comportament socialment responsable de les empreses que contribueixca al desenvolupament sostenible, orientant l'activitat comercial amb actuacions de foment capaç de conciliar el creixement econòmic i la competitivitat, amb la protecció del medi ambient i els valors i demandes socials.

#### Article 97. Cooperació

La conselleria competent en matèria de comerç promourà la cooperació interempresarial i entre els agents econòmics i socials i participarà en xarxes de cooperació professional, tant en l'àmbit nacional com internacional, que possibiliten l'intercanvi d'experiències per al desenvolupament del comerç.

### CAPÍTOL V Fires comercials

#### Article 98. Fires comercials

Als efectes d'esta llei, es consideren fires comercials aquelles manifestacions comercials que es desenvolupen en el territori de la Comunitat Valenciana i tinguen com a finalitat l'exposició o mostra de béns i servicis, a fi d'afavorir-ne el coneixement i la difusió, promoure contactes i intercanvis comercials i facilitar l'aproximació de l'oferta de les distintes branques de l'activitat econòmica i la demanda, i aconseguir així una major transparència en el mercat.

Estes manifestacions comercials hauran de reunir, a més, les següents característiques:

1. Tenir una duració limitada en el temps.
2. Tenir caràcter periòdic i vocació de permanència.
3. Reunir una pluralitat d'expositors.

#### Article 99. Àmbit d'aplicació

El que disposa este capítol no s'aplicarà a:

1. Les exposicions internacionals, que es regixen per la Convenció de París de 22 de novembre de 1928.
2. Les activitats promocionals de qualsevol tipus, organitzades pels establiments comercials.
3. Les exposicions dedicades als productes de la cultura, l'educació, la ciència, l'art i el civisme i els servicis socials, llevat que es dirigixen principalment al públic professional.
4. Els mercats l'activitat exclusiva o fonamental dels quals siga la venda directa, amb retirada de mercaderia, amb independència de la denominació que adopten.

científica, el desenvolupament tecnològic i la innovació de l'empresa en el àmbito del comercio electrónico, como vía de futuro en los intercambios comerciales.

#### Artículo 95. Impulso a la formación comercial

1. La Generalitat, en el ejercicio de sus competencias, impulsará la creación de centros o institutos de investigación y conocimiento comercial, en los que se desarrolle, en colaboración con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y los agentes del sector comercial, la investigación sobre la distribución comercial valenciana, se divulgue información sobre aspectos clave de la misma y se asista a las administraciones públicas valencianas en el desarrollo de sus competencias en la promoción y ordenación del comercio valenciano y en el desarrollo de planes, programas y medidas de carácter sectorial o territorial, sobre cualquier aspecto económico, social, urbanístico o cultural que incida en el desarrollo y gestión del territorio y el comercio valenciano, facilitando el acercamiento al empresario del comercio de la información y asesoramiento en materia comercial.

2. En el ámbito de la formación comercial, la Generalitat colaborará con las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y con los distintos agentes del sector comercial y el resto de instituciones implicadas en aquella, en la programación de recorridos formativos adaptados a las necesidades del sector, el impulso a la formación continua y la formación en la propia empresa, la ordenación de los centros de formación homologados, la mejora continua de la calidad en la formación y la generación de materiales formativos que aprovechen el potencial de las nuevas tecnologías.

#### Artículo 96. Comercio sostenible y responsable

La Generalitat promoverá el comportamiento socialmente responsable de las empresas que contribuya al desarrollo sostenible, orientando la actividad comercial con actuaciones de fomento capaces de conciliar el crecimiento económico y la competitividad, con la protección del medio ambiente y los valores y demandas sociales.

#### Artículo 97. Cooperación

La conselleria competente en materia de comercio promoverá la cooperación interempresarial y entre los agentes económicos y sociales y participará en redes de cooperación profesional, tanto en el ámbito nacional como internacional, que posibiliten el intercambio de experiencias para el desarrollo del comercio.

### CAPÍTULO V Ferias comerciales

#### Artículo 98. Ferias comerciales

A los efectos de esta ley, se consideran ferias comerciales aquellas manifestaciones comerciales que se desarrollen en el territorio de la Comunitat Valenciana y tengan por finalidad la exposición o muestra de bienes y servicios, con objeto de favorecer su conocimiento y difusión, promover contactos e intercambios comerciales y facilitar el acercamiento de la oferta de las distintas ramas de la actividad económica y la demanda, logrando una mayor transparencia en el mercado.

Estas manifestaciones comerciales deberán reunir, además, las siguientes características:

1. Tener una duración limitada en el tiempo.
2. Tener carácter periódico y vocación de permanencia.
3. Reunir una pluralidad de expositores.

#### Artículo 99. Ámbito de aplicación

Lo dispuesto en este capítulo no será de aplicación a:

1. Las exposiciones internacionales, que se rigen por la Convención de París de 22 de noviembre de 1928.
2. Las actividades promocionales de cualquier tipo, organizadas por los establecimientos comerciales.
3. Las exposiciones dedicadas a los productos de la cultura, la educación, la ciencia, el arte y el civismo y los servicios sociales, salvo que se dirijan principalmente al público profesional.
4. Los mercados cuya actividad exclusiva o fundamental sea la venta directa, con retirada de mercancía, con independencia de la denominación que adopten.

5. Els certàmens ramaders, que estaran sotmesos a la seua legislació específica.

#### Article 100. Supervisió de les fires comercials

La Generalitat vetlarà per la promoció i la qualitat dels certàmens firals que se celebren a la Comunitat Valenciana i fixarà les condicions i els requisits que hauran de complir estos, així com, si és el cas, les entitats organitzadores.

#### Article 101. Classificació de les fires comercials

Amb independència d'altres classificacions basades en les característiques de l'oferta a exposar, les fires comercials es podran classificar en fires comercials oficials i fires-mostres comercials. Reglamentàriament es determinarà la classificació i la resta de característiques d'estos certàmens firals.

### TÍTOL VII Règim d'infraccions i sancions

#### CAPÍTOL I Infraccions

#### Article 102. Concepte

1. Constituïx infracció administrativa en matèria de comerç l'incompliment dels mandats i les prohibicions establits en esta llei i les seues normes de desplegament.

2. Les infraccions a les normes d'esta llei seran objecte de sancions administratives, després de la instrucció prèvia del corresponent expedient sancionador, iniciat d'ofici o per denúncia.

De l'expedient iniciat es donarà compte, si és el cas, a la jurisdicció penal, i als altres òrgans administratius i judicials competents per a la depuració de altres responsabilitats, i molt especialment per a l'aplicació de la legislació sobre defensa de la competència.

3. Les infraccions es classifiquen en lleus, greus i molt greus.

#### Article 103. Infraccions lleus

Tindrà la consideració d'infracció lleu l'incompliment de les obligacions d'informació, requisits i prohibicions establides per esta llei i les seues normes de desplegament, que no estan tipificades com a greus o molt greus, i en particular:

1. L'incompliment de les condicions per a l'exercici de l'activitat comercial.

2. La falta de comunicació de l'inici, modificació o cessament d'una activitat comercial al Registre d'Activitats Comercials i als registres especials, llevat que es considere infracció greu de conformitat amb l'article següent.

3. La realització d'ofertes comercials amb incompliment de les condicions establides en la present llei.

4. L'exercici simultani d'activitats de venda majorista i detallista sense mantenir-les degudament diferenciades.

5. L'incompliment dels requisits sobre publicitat dels preus.

6. La superació de l'horari màxim d'obertura establert o que es tinga autoritzat, tant diàriament com setmanalment.

7. L'incompliment de l'obligació d'exposar, en un lloc visible al públic des de l'exterior del local, l'horari de l'establiment i els dies d'obertura, o la realització d'un horari diferent del que s'anuncia.

8. L'exercici de la venda fora d'establiment comercial incomplint l'obligació d'identificació.

9. La venda automàtica realitzada per mitjà de màquines expenedores que no incorporen la informació exigida o no complisquen la normativa tècnica exigida.

10. L'incompliment de les obligacions d'informació en la venda en subhasta.

11. Les vendes promocionals contràries al principi de legalitat, a les exigències de la bona fe, al principi de veracitat, o que incomplisquen, en particular:

a) Els requisits sobre disponibilitat d'existències.

b) Les obligacions d'informació sobre limitacions essencials de caràcter espacial, temporal i quantitatiu.

5. Los certámenes ganaderos, que estarán sometidos a su legislación específica.

#### Artículo 100. Supervisión de las ferias comerciales

La Generalitat velará por la promoción y la calidad de los certámenes feriales que se celebren en la Comunitat Valenciana, fijando las condiciones y requisitos que deberán cumplir los mismos, así como, en su caso, las entidades organizadoras.

#### Artículo 101. Clasificación de las ferias comerciales

Con independencia de otras clasificaciones basadas en las características de la oferta a exponer, las ferias comerciales se podrán clasificar en ferias comerciales oficiales y ferias-muestras comerciales. Reglamentariamente se determinará la clasificación y demás características de estos certámenes feriales.

### TÍTULO VII Régimen de infracciones y sanciones

#### CAPÍTULO I Infracciones

#### Artículo 102. Concepto

1. Constituye infracción administrativa en materia de comercio el incumplimiento de los mandatos y prohibiciones establecidos en esta ley y sus normas de desarrollo.

2. Las infracciones a las normas de esta ley serán objeto de sanciones administrativas, previa la instrucción del correspondiente expediente sancionador, iniciado de oficio o por denuncia.

Del expediente iniciado se dará cuenta, en su caso, a la jurisdicción penal, y a los demás órganos administrativos y judiciales competentes para la depuración de otras responsabilidades, y muy especialmente para la aplicación de la legislación sobre defensa de la competencia.

3. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

#### Artículo 103. Infracciones leves

Tendrá la consideración de infracción leve el incumplimiento de las obligaciones de información, requisitos y prohibiciones establecidas por esta ley y sus normas de desarrollo, que no están tipificadas como graves o muy graves, y en particular:

1. El incumplimiento de las condiciones para el ejercicio de la actividad comercial.

2. La falta de comunicación del inicio, modificación o cese de una actividad comercial, al Registro de Actividades Comerciales y a los registros especiales, salvo que se considere infracción grave conforme al artículo siguiente.

3. La realización de ofertas comerciales con incumplimiento de las condiciones establecidas en la presente ley.

4. El ejercicio simultáneo de actividades de venta mayorista y minorista sin mantenerlas debidamente diferenciadas.

5. El incumplimiento de los requisitos sobre publicidad de los precios.

6. La superación del horario máximo de apertura establecido o que se tenga autorizado, tanto diaria como semanalmente.

7. El incumplimiento de la obligación de exponer, en un lugar visible al público desde el exterior del local, el horario del establecimiento y los días de apertura, o la realización de un horario distinto al que se anuncia.

8. El ejercicio de la venta fuera de establecimiento comercial incumpliendo la obligación de identificación.

9. La venta automática realizada mediante máquinas expendedoras que no incorporen la información exigida o no cumplan la normativa técnica exigida.

10. El incumplimiento de las obligaciones de información en la venta en subasta.

11. Las ventas promocionales contrarias al principio de legalidad, a las exigencias de la buena fe, al principio de veracidad o que incumplan, en particular:

a) Los requisitos sobre disponibilidad de existencias.

b) Las obligaciones de información sobre limitaciones esenciales de carácter espacial, temporal y cuantitativo.

- c) Les obligacions d'informació sobre costos addicionals.
- d) Les disposicions sobre les bases de la promoció en el cas que en la publicitat o per altres mitjans s'hi faça referència.
- e) Els requisits exigits en cas de pluralitat d'ofertes promocionals en un establiment.
- f) Els requisits exigits en cas de pluralitat d'establiments participants en una oferta promocional.
- 12. L'incompliment en les promocions per mitjà de reduccions de preu:
  - a) De les obligacions d'informació sobre la quantia de la reducció.
  - b) De la regulació de les rebaxes.
  - c) De la regulació dels descomptes en espècie.
- 13. L'incompliment de la normativa sobre vendes amb obsequi.
- 14. Les vendes de saldo a preus no inferiors als habituals.
- 15. Realitzar vendes promocionals amb incompliment dels requisits legalment establits.
- 16. Cursar informació errònia o clarament insuficient quan esta haja sigut sol·licitada de conformitat amb la normativa d'aplicació, llevat que pel seu caràcter essencial, els danys generats o la intencionalitat hagen de considerar-se infracció greu.
- 17. En general, l'incompliment de les normes sobre normalització, documentació i condicions de venda o subministrament, establides en esta o altres lleis, quan constituïsquen simples inobservances que no tinguen transcendència econòmica.

#### Article 104. Infraccions greus

- Tindran la consideració d'infraccions greus les següents:
1. La reincidència en la comissió d'infraccions lleus quan s'incorre en el quart supòsit sancionable de la mateixa naturalesa.
  2. Exercir una activitat comercial sense l'autorització prèvia en el cas que esta fóra preceptiva, o sense haver realitzat la comunicació en termini al Registre de Venda a Distància, o no realitzar les comunicacions o notificacions a l'administració comercial exigides per la normativa vigent.
  3. L'incompliment, per part dels que atorguen el contracte de franquícia, de l'obligació de comunicació de l'inici d'activitat al Registre de Franquiciadores en el termini a què es referix l'article 62.2 de la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, així com la falta d'actualització de les dades que amb caràcter anual han de realitzar.
  4. L'incompliment dels terminis màxims de pagament als proveïdors que preveu la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, així com la falta de lliurament pels comerciants als seus proveïdors d'un document que comporte execució canviària, i la falta de lliurament d'un efecte endossable a l'ordre en els supòsits i terminis previstos en la mateixa norma.
  5. Exigir preus superiors a aquells que hagueren sigut objecte de fixació administrativa.
  6. Les infraccions de les normes sobre el dret de desistiment.
  7. Les infraccions en matèria de garanties comercials.
  8. La realització d'activitats comercials en diumenges i dies festius en els casos no autoritzats.
  9. La no prestació de la fiança exigida a les empreses que realitzen venda domiciliària.
  10. Crear, dirigir o promoure vendes en piràmide en la forma prohibida per la llei.
  11. L'incompliment de l'obligació d'informar en les vendes promocionals sobre les limitacions essencials de l'oferta de caràcter qualitatiu.
  12. La inobservança de la legislació sobre venda a pèrdua.
  13. Realitzar o oferir vendes en liquidació fora dels casos legalment establits.
  14. La venda de productes deteriorats o defectuosos sense informar-ne clarament i suficientment en la venda de saldos.
  15. L'incompliment, pels titulars d'establiments de venda de saldos, de l'obligació de dedicar-se en exclusiva a este tipus de venda i d'informar de forma destacada en el rètol de l'establiment sobre la seua naturalesa.
  16. La venda de productes que no formen part de les existències en la venda de saldos i en liquidació.

- c) Las obligaciones de información sobre costes adicionales.
- d) Las disposiciones sobre las bases de la promoción en caso de que en la publicidad o por otros medios se haga referencia a las mismas.
- e) Los requisitos exigidos en caso de pluralidad de ofertas promocionales en un establecimiento.
- f) Los requisitos exigidos en caso de pluralidad de establecimientos participantes en una oferta promocional.
- 12. El incumplimiento en las promociones mediante reducciones de precio:
  - a) De las obligaciones de información sobre la cuantía de la reducción.
  - b) De la regulación de las rebajas.
  - c) De la regulación de los descuentos en especie.
- 13. El incumplimiento de la normativa sobre ventas con obsequio.
- 14. Las ventas de saldo a precios no inferiores a los habituales.
- 15. Realizar ventas promocionales con incumplimiento de los requisitos legalmente establecidos.
- 16. Cursar información errónea o claramente insuficiente cuando ésta haya sido solicitada de conformidad con la normativa de aplicación, salvo que por su carácter esencial, los daños generados o intencionalidad deba considerarse infracción grave.
- 17. En general, el incumplimiento de las normas sobre normalización, documentación y condiciones de venta o suministro, establecidas en ésta u otras leyes, cuando constituyan simples inobservancias que no tengan transcendencia económica.

#### Artículo 104. Infracciones graves

- Tendrán la consideración de infracciones graves las siguientes:
1. La reincidencia en la comisión de infracciones leves cuando se incurra en el cuarto supuesto sancionable de la misma naturaleza.
  2. Ejercer una actividad comercial sin previa autorización en el caso de que ésta fuera preceptiva, o sin haber realizado la comunicación en plazo al Registro de Venta a Distancia, o no realizar las comunicaciones o notificaciones a la administración comercial exigidas por la normativa vigente.
  3. El incumplimiento, por parte de quienes otorguen el contrato de franquicia, de la obligación de comunicación del inicio de actividad al Registro de Franquiciadores en el plazo a que se refiere el artículo 62.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como la falta de actualización de los datos que con carácter anual deben realizar.
  4. El incumplimiento de los plazos máximos de pago a los proveedores que contempla la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como la falta de entrega por los comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada ejecución cambiaria, y la falta de entrega de un efecto endosable a la orden en los supuestos y plazos contemplados en la misma norma.
  5. Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
  6. Las infracciones de las normas sobre el derecho de desistimiento.
  7. Las infracciones en materia de garantías comerciales.
  8. La realización de actividades comerciales en domingos y días festivos en los casos no autorizados.
  9. La no prestación de la fianza exigida a las empresas que realizan venta domiciliaria.
  10. Crear, dirigir o promocionar ventas en pirámide en la forma prohibida por la ley.
  11. El incumplimiento de la obligación de informar en las ventas promocionales sobre las limitaciones esenciales de la oferta de carácter cualitativo.
  12. La inobservancia de la legislación sobre venta a pérdida.
  13. Realizar u ofertar ventas en liquidación fuera de los casos legalmente establecidos.
  14. La venta de productos deteriorados o defectuosos sin informar clara y suficientemente de ello en la venta de saldos.
  15. El incumplimiento, por los titulares de establecimientos de venta de saldos, de la obligación de dedicarse en exclusiva a este tipo de venta y de informar de forma destacada en el rótulo del establecimiento sobre su naturaleza.
  16. La venta de productos que no formen parte de las existencias en la venta de saldos y en liquidación.



17. Anunciar vendes directes de fabricant o majorista amb incompliment dels requisits establits respecte d'això.

18. Cursar informació errònia o clarament insuficient quan esta haja sigut sol·licitada de conformitat amb la normativa d'aplicació i tinga caràcter essencial, es generen greus danys o hi haja intencionalitat.

19. La negativa o resistència manifesta a subministrar dades o a facilitar la informació requerida per les autoritats competents o els seus agents, amb l'objecte de complir les funcions d'informació, vigilància, investigació, inspecció, tramitació i execució en les matèries a què es referix la present llei.

20. En general, l'incompliment de les normes sobre normalització, documentació i condicions de venda o subministrament, establides en esta o altres lleis, quan, tot i que es tracte de simples inobservances, tinguen transcendència econòmica.

21. L'incompliment del requeriment efectuat per les autoritats competents o els seus agents de cessar l'activitat infractora.

22. L'alteració unilateral posterior d'algun dels requisits que van fonamentar la concessió de les autoritzacions establides per la present llei.

#### Article 105. Infraccions molt greus

Es considerarà infracció molt greu qualsevol de les definides com a greus en l'article anterior quan concórrega alguna de les circumstàncies següents:

1. Que hi haja reincidència en la comissió d'infraccions greus.
2. Que el volum de la facturació realitzada o el preu dels articles oferits a què es referisca la infracció siga superior a 500.000 euros.

#### Article 106. Prescripció de les infraccions

Les infraccions molt greus prescriuran als tres anys, les greus als dos anys i les lleus als sis mesos. Estos terminis es comptaran a partir de la producció del fet sancionable, o de l'acabament del període de comissió si es tracta d'infraccions continuades.

### CAPÍTOL II Sancions

#### Article 107. Tipus i quantia

1. Les infraccions lleus se sancionaran amb advertència o multa de fins a 6.000 euros.

2. Les infraccions greus se sancionaran amb multa de fins a 60.000 euros.

3. Les infraccions molt greus se sancionaran amb multa de fins a 600.000 euros.

4. Quan la sanció ho siga per la forma d'activitat comercial que es realitza o pels productes comercialitzats, les sancions comportaran la confiscació i pèrdua de la mercaderia objecte de l'activitat comercial de què es tracte.

Sense perjudici d'això anterior, l'autoritat que ordene la incoació de l'expedient podrà decidir com a mesura de precaució la intervenció cautelar dels productes, quan de les diligències efectuades es presumisca l'incompliment dels requisits mínims exigits per a la seua comercialització.

5. En els supòsits de falta molt greu, el Consell podrà adoptar la mesura de tancament de les instal·lacions o establiments que no disposen de les autoritzacions preceptives o la suspensió del funcionament fins que es rectifiquen els defectes o es complisquen els requisits exigits.

6. En el cas de tercera reincidència en infraccions qualificades com a molt greus, el Consell podrà decretar el tancament temporal de l'empresa o l'establiment per un període màxim d'un any.

L'acord de tancament ha de determinar-ne la duració i les mesures complementàries per a la plena eficàcia.

#### Article 108. Prescripció de les sancions

Les sancions imposades per les infraccions molt greus prescriuran als tres anys, les imposades per infraccions greus als dos anys i les imposades per infraccions lleus als sis mesos, comptats a partir de la ferma de la resolució sancionadora.

17. Anunciar ventas directas de fabricante o mayorista con incumplimiento de los requisitos establecidos al respecto.

18. Cursar información errónea o claramente insuficiente cuando ésta haya sido solicitada de conformidad con la normativa de aplicación y tenga carácter esencial, se generen graves daños o exista intencionalidad.

19. La negativa o resistencia manifiesta a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades competentes o sus agentes, con el objeto de cumplir las funciones de información, vigilancia, investigación, inspección, tramitación y ejecución en las materias a que se refiere la presente ley.

20. En general, el incumplimiento de las normas sobre normalización, documentación y condiciones de venta o suministro, establecidas en ésta u otras leyes, cuando, aún tratándose de simples inobservancias, tengan transcendencia económica.

21. El incumplimiento del requerimiento efectuado por las autoridades competentes o sus agentes de cesar en la actividad infractora.

22. La alteración unilateral posterior de alguno de los requisitos que fundamentaron la concesión de las autorizaciones establecidas por la presente ley.

#### Artículo 105. Infracciones muy graves

Se considerará infracción muy grave cualquiera de las definidas como graves en el artículo anterior cuando concorra alguna de las circunstancias siguientes:

1. Que exista reincidencia en la comisión de infracciones graves.
2. Que el volumen de la facturación realizada o el precio de los artículos ofertados a que se refiera la infracción sea superior a 500.000 euros.

#### Artículo 106. Prescripción de las infracciones

Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses. Estos plazos se contarán a partir de la producción del hecho sancionable, o de la terminación del período de comisión si se trata de infracciones continuadas.

### CAPÍTULO II Sanciones

#### Artículo 107. Clases y cuantía

1. Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa en cuantía de hasta 6.000 euros.

2. Las infracciones graves se sancionarán con multa en cuantía de hasta 60.000 euros.

3. Las infracciones muy graves se sancionarán con multa en cuantía de hasta 600.000 euros.

4. Cuando la sanción lo sea por la forma de actividad comercial que se realiza o por los productos comercializados, las sanciones comportarán la incautación y pérdida de la mercancía objeto de la actividad comercial de que se trate.

Sin perjuicio de lo anterior, la autoridad que ordene la incoación del expediente podrá decidir como medida precautoria la intervención cautelar de los productos, cuando de las diligencias practicadas se presume el incumplimiento de los requisitos mínimos exigidos para su comercialización.

5. En los supuestos de falta muy grave, el Consell podrá adoptar la medida de cierre de las instalaciones o establecimientos que no dispongan de las autorizaciones preceptivas o la suspensión de su funcionamiento hasta que se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos.

6. En el caso de tercera reincidencia en infracciones calificadas como muy graves, el Consell podrá decretar el cierre temporal de la empresa o el establecimiento por un periodo máximo de un año.

El acuerdo de cierre debe determinar su duración y las medidas complementarias para su plena eficacia.

#### Artículo 108. Prescripción de las sanciones

Las sanciones impuestas por las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por infracciones graves a los dos años y las impuestas por infracciones leves a los seis meses, contados a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

#### Article 109. Òrgans competents

1. Les infraccions seran sancionades pels òrgans de la conselleria competent en matèria de comerç que s'establisquen reglamentàriament, excepte les infraccions molt greus que comporten el tancament de l'empresa o de l'establiment, la imposició de les quals correspondrà al Consell, que podrà ordenar la publicació de la dita sanció en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana.

2. Les infraccions en matèria de venda no sedentària seran sancionades pels ajuntaments d'acord amb el que disposen les seues ordenances, i, si de cas hi manca, d'acord amb el que s'ha establert en esta llei.

#### Article 110. Graduació

Les sancions es graduaran especialment d'acord amb el volum de la facturació a què afecte, la quantia del benefici obtingut, el grau d'intencionalitat, el termini de temps durant el qual s'haja comés la infracció, la reincidència i la capacitat o solvència econòmica de l'empresa. Així mateix, es tindrà en compte, en la graduació de les sancions l'esmena de les deficiències causants de la infracció durant la tramitació de l'expedient sancionador, el tipus i les característiques de l'establiment en què s'ha produït, la naturalesa dels productes venuts i la zona afectada.

#### DISPOSICIONS ADICIONALS

Primera. Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana

1. L'elaboració del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana correspondrà a la conselleria competent en matèria de comerç, en col·laboració amb la conselleria competent en matèria d'ordenació del territori i urbanisme, i s'haurà de consultar el Consell de Cambres Oficials de Comerç Indústria i Navegació de la Comunitat Valenciana. Elaborat el pla, es trametrà al Consell per a l'aprovació.

2. El Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana, que es tramitarà de conformitat amb el que disposen els articles 56 a 60 de la Llei 4/2004, de 30 de juny, de la Generalitat, d'Ordenació del Territori i Protecció del Paisatge, haurà d'aprovar-se en el termini màxim de dos anys a partir de la publicació de la present llei.

Segona. Zones acústicament saturades

En el supòsit de que els ajuntaments, d'acord amb la legislació aplicable respecte d'això i fent ús de les seues potestats, procedisquen a la declaració de zones acústicament saturades i establisquen restriccions horàries per a alguns dels establiments regulats en la present llei, les infraccions en l'esmentada matèria seran sancionades pel mateix ajuntament, d'acord amb el que disposen les seues ordenances o, si de cas hi manca, la legislació vigent en matèria de soroll.

#### DISPOSICIONS TRANSITÒRIES

Primera. Autorització comercial autonòmica

Mentre no s'aprove el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana o, una vegada aprovat, quan els plans generals d'ordenació urbana no prevegen zones d'ús comercial al detall com a ús específic, l'autorització comercial autonòmica haurà de basar-se en els criteris establerts en l'article 34 de la llei i en els principis establerts per la legislació valenciana en les matèries d'ordenació del territori, urbanisme i protecció del medi ambient.

Així mateix, als expedients d'autorització de grans superfícies comercials que estigueren en tramitació a l'entrada en vigor de la present llei se'ls aplicarà el que disposa esta.

Segona. Registre de Mercats de Venda No Sedentària de la Comunitat Valenciana

En el termini de sis mesos des de l'entrada en vigor d'esta llei, els ajuntaments comunicaran al Registre de Mercats de Venda No Sedentària de la Comunitat Valenciana, previst en l'article 14, els mercats de venda no sedentària que hi ha al seu terme municipal, amb caràcter previ a l'entrada en vigor d'esta llei.

#### Artículo 109. Órganos competentes

1. Las infracciones serán sancionadas por los órganos de la conselleria competente en materia de comercio que se establezcan reglamentariamente, salvo las infracciones muy graves que comporten el cierre de la empresa o del establecimiento, cuya imposición corresponderá al Consell, que podrá ordenar la publicación de dicha sanción en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana.

2. Las infracciones en materia de venta no sedentaria serán sancionadas por los ayuntamientos de acuerdo con lo dispuesto en sus ordenanzas, y, en su defecto, según lo establecido por la presente ley.

#### Artículo 110. Graduación

Las sanciones se graduarán especialmente en función del volumen de la facturación a la que afecte, cuantía del beneficio obtenido, grado de intencionalidad, plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción, reincidencia y capacidad o solvencia económica de la empresa. Asimismo, se tendrá en cuenta, en la graduación de las sanciones, la subsanación de las deficiencias causantes de la infracción durante la tramitación del expediente sancionador, tipo y características del establecimiento en que se ha producido, naturaleza de los productos vendidos y la zona afectada.

#### DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera. Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana

1. La elaboración del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana correspondrá a la conselleria competente en materia de comercio, en colaboración con la conselleria competente en materia de ordenación del territorio y urbanismo, debiéndose consultar al Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio Industria y Navegación de la Comunitat Valenciana. Elaborado el plan, se remitirá al Consell para su aprobación.

2. El Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, que se tramitará conforme a lo dispuesto en los artículos 56 a 60 de la Ley 4/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje, deberá aprobarse en el plazo máximo de dos años a partir de la publicación de la presente ley.

Segunda. Zonas acústicamente saturadas

En el supuesto de que los ayuntamientos, de acuerdo con la legislación aplicable al respecto y en uso de sus potestades, procedan a la declaración de zonas acústicamente saturadas estableciendo restricciones horarias para algunos de los establecimientos regulados en la presente ley, las infracciones en dicha materia serán sancionadas por el propio ayuntamiento, de acuerdo con lo dispuesto en sus ordenanzas o, en su defecto, en la legislación vigente en materia de ruido.

#### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera. Autorización comercial autonómica

En tanto no se apruebe el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana o, una vez aprobado, cuando los planes generales de ordenación urbana no prevean zonas de uso comercial al por menor como uso específico, la autorización comercial autonómica deberá basarse en los criterios establecidos en el artículo 34 de la ley, y en los principios establecidos por la legislación valenciana en las materias de ordenación del territorio, urbanismo y protección del medioambiente.

Asimismo, a los expedientes de autorización de grandes superficies comerciales que estuvieran en tramitación a la entrada en vigor de la presente ley les será de aplicación lo dispuesto en la misma.

Segunda. Registro de Mercados de Venta No Sedentaria de la Comunitat Valenciana

En el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de la presente ley, los ayuntamientos comunicarán al Registro de Mercados de Venta No Sedentaria de la Comunitat Valenciana, previsto en el artículo 14, los mercados de venta no sedentaria que existieran en su término municipal con carácter previo a la entrada en vigor de esta ley.

**Tercera. Comunicacions al Registre d'Activitats Comercials**

Les empreses i els seus establiments comercials que, en la data d'entrada en vigor d'esta llei, estigueren obligats a comunicar la seua activitat al Registre d'Activitats Comercials, i no hi figuraren, disposaran d'un termini de tres mesos des de la data anterior per a regularitzar la seua situació.

**Quarta. Zones de gran aflluència turística**

Mantindran la consideració de zones de gran aflluència turística les que ja la tingueren en el moment de l'entrada en vigor de la present llei.

**Quinta. Observatori del Comerç Valencià**

Fins a la publicació del desplegament reglamentari previst en l'apartat 2 de l'article 89, mantindran la seua vigència les disposicions actuals sobre l'Observatori del Comerç Valencià.

**DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA****Única. Derogació normativa**

Queden derogades per la present llei les normes següents:

1. La Llei 8/1986, de 29 de desembre, de la Generalitat, d'Ordenció del Comerç i Superfícies Comercials.
2. La Llei 8/1997, de 9 de desembre, de la Generalitat, d'Horaris Comercials de la Comunitat Valenciana.
3. Totes les disposicions que del mateix rang o d'un rang inferior s'oposen al que preveu la present llei.

**DISPOSICIONS FINALS****Primera. Desplegament**

S'autoritza el Consell perquè dicte totes les disposicions que siguen necessàries per al desplegament i la deguda execució i compliment del que disposa esta llei.

**Segona. Entrada en vigor**

La present llei entrarà en vigor en el termini d'un mes a comptar des de l'endemà de la publicació en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana.

Per tant, ordene que tots els ciutadans, tribunals, autoritats i poders públics als quals pertoque, observen i facen complir esta llei.

València, 23 de març de 2011

El president de la Generalitat,  
FRANCISCO CAMPS ORTIZ

**Tercera. Comunicaciones al Registro de Actividades Comerciales**

Las empresas y sus establecimientos comerciales que, en la fecha de entrada en vigor de la presente ley, estuviesen obligados a comunicar su actividad al Registro de Actividades Comerciales, y no figurasen en el mismo, dispondrán de un plazo de tres meses, desde la fecha anterior, para regularizar su situación.

**Cuarta. Zonas de gran afluencia turística**

Mantendrán la consideración de zonas de gran afluencia turística las que ya la tuvieran en el momento de la entrada en vigor de la presente ley.

**Quinta. Observatorio del Comercio Valenciano**

Hasta la publicación del desarrollo reglamentario previsto en el apartado 2 del artículo 89, mantendrán su vigencia las disposiciones actuales sobre el Observatorio del Comercio Valenciano.

**DISPOSICIÓN DEROGATORIA****Única. Derogación normativa**

Quedan derogadas por la presente ley las siguientes normas:

1. La Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales.
2. La Ley 8/1997, de 9 de diciembre, de la Generalitat, de Horarios Comerciales de la Comunitat Valenciana.
3. Cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo previsto en la presente ley.

**DISPOSICIONES FINALES****Primera. Desarrollo**

Se autoriza al Consell para que dicte cuantas disposiciones sean precisas para el desarrollo y debida ejecución y cumplimiento de lo dispuesto en esta ley.

**Segunda. Entrada en vigor**

La presente ley entrará en vigor en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de su publicación en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos, tribunales, autoridades y poderes públicos a los que corresponda, observen y hagan cumplir esta ley.

Valencia, 23 de marzo de 2011

El president de la Generalitat,  
FRANCISCO CAMPS ORTIZ