



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA D'ECONOMIA,
INDÚSTRIA, TURISME I OCUPACIÓ
DIRECCIÓ GENERAL
DE COMERÇ I CONSUM

INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL COMERCIANTE

Tel. 012 telefonades des de la Comunitat Valenciana
 llamadas desde la Comunidad Valenciana

Tel. 963 866 000 telefonades des de fora de la Comunitat Valenciana
 llamadas desde fuera de la Comunidad Valenciana



ÍNDICE

	Pág.
• REQUISITOS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.....	3
• REGISTRO DE ACTIVIDADES COMERCIALES.....	4
• CARTELES E INFORMACIÓN QUE DEBE EXPONERSE AL PÚBLICO.....	4
• PUBLICIDAD.....	5
• HORARIO COMERCIAL.....	5-6
• PRECIOS.....	7
• CONSTANCIA DOCUMENTAL DE LA VENTA.....	7-8
• GARANTÍA DEL PRODUCTO.....	8
• CAMBIOS Y DEVOLUCIONES.....	9
• RECLAMACIONES DEL CONSUMIDOR.....	9-10
• VENTAS PROMOCIONALES.....	10-14



REQUISITOS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1. **La apertura de un establecimiento comercial** estará sujeta al régimen de comunicación previa o declaración responsable en los supuestos y términos recogidos en la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y determinados servicios (*BOE* núm. 311, de 27 de diciembre) y en la Ley 2/2012, de 14 de junio, de la Generalitat, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial y a los emprendedores, microempresas y pequeñas y medianas empresas (pyme) de la Comunitat Valenciana (*DOCV*, núm. 6800, de 20 de junio)

En los casos en que resulte preceptivo, los ayuntamientos concederán las autorizaciones o licencias correspondientes para el ejercicio de las actividades comerciales que estén sujetas a las mismas, previa comprobación de la existencia de los requisitos exigidos por la normativa vigente

2. En todo caso, el comerciante debe solicitar **autorización de la Conselleria** competente en materia de comercio para **la apertura, modificación o ampliación de establecimientos** comerciales con impacto territorial individuales o colectivos que tengan una superficie comercial igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

Quedan **excluidos** de la obligación de obtener dicha autorización los establecimientos dedicados exclusivamente al comercio al por mayor y aquellos establecimientos que formen parte de establecimientos colectivos que hayan obtenido la autorización de la Conselleria y cuyas características básicas estuvieran previstas en el proyecto autorizado.

Los interesados deberán acreditar, entre otros extremos, que el suelo sobre el que se implantará el establecimiento cuenta con la aprobación definitiva y publicación de todos los instrumentos urbanísticos necesarios para desarrollar el proyecto que se pretende.

Esta autorización es previa y preceptiva a la obtención de las licencias municipales que sean preceptivas, aunque nada obsta para que el interesado inicie simultáneamente ambos procedimientos, si bien la concesión de las licencias municipales quedará diferida a la obtención de la autorización autonómica.

3. Para realizar **venta no sedentaria, incluida la ambulante**, deberá de obtener previamente autorización municipal.
4. **Venta domiciliaria**, que incluye tanto las que realiza el vendedor al domicilio del comprador como las llamadas “ventas en reunión” a un grupo de personas convocadas por el vendedor o por otra persona a petición de éste o las realizadas con ocasión de viajes y excursiones viajes en los locales del vendedor. En este caso se deberá, **depositar previamente una fianza caucional**, ajustada a su volumen de negocio, como garantía por la posible responsabilidad civil que se pueda contraer con este sistema de venta, en las cuantías que se determinan reglamentariamente.

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, *DOCV* núm. 6488, de 25 de marzo).

Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y determinados servicios (*BOE* núm. 311, de 27 de diciembre)

Ley 2/2012, de 14 de junio, de la Generalitat, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial y a los emprendedores, microempresas y pequeñas y medianas empresas (pyme) de la Comunitat Valenciana (*DOCV*, núm. 6800, de 20 de junio)

Ley 6/2012, de 24 de octubre, de la Generalitat, de medidas urgentes para el impulso de la actividad comercial y la eliminación de cargas administrativas. (*DOCV* núm. 6891 de 29 de octubre)

Decreto 65/2012, de 20 de abril, del Consell, por el que se regula la venta no sedentaria en la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6760, de 24 de abril)



REGISTRO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

Únicamente existe la obligación de inscripción en los Registros del Estado que gestiona el Ministerio competente en materia de comercio en los siguientes casos:

- **Ventas a distancia** (incluidas las que se realizan través de Internet). Deberán de inscribirse en el Registro de Empresas de Venta a Distancia del Estado.
- **Franquiciadores** Deberán inscribirse en el Registro de Franquiciadores del Estado.

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488, de 25 de marzo).

Ley 6/2012, de 24 de octubre, de la Generalitat, de medidas urgentes para el impulso de la actividad comercial y la eliminación de cargas administrativas. (*DOCV* núm. 6891 de 29 de octubre)

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (*BOE* núm. 15, de 17 de enero). Artículos 38 y 62.

Venta a distancia:

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo). Título III

Real Decreto 200/2010, de 26 de febrero (*BOE* núm. 63, de 13 de marzo)

Franquiciadores: Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia (*BOE* núm. 63, de 13 de marzo)

CARTELES E INFORMACIÓN QUE DEBE EXPONERSE AL PUBLICO

En todos los establecimientos comerciales debe exponerse de forma visible y legible:

1. Los establecimientos comerciales deberán exponer, en los accesos y de manera visible desde el exterior de local, **los días y horas de apertura y cierre**.
2. El anuncio de la existencia de **hojas de reclamación** a disposición de los consumidores.
3. Los **precios** de venta de los productos (de forma suficientemente explicativa y que no induzca a confusión). Tanto en el interior del local como en los escaparates los precios deben ser visibles y legibles.
4. Las **condiciones** que, en su caso, se apliquen a la oferta, promoción o venta de los productos (siendo nulas las que sean abusivas y las que contradigan los derechos reconocidos al consumidor por ley).

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488, de 25 de marzo).

Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (*BOE* núm. 89, de 14 de abril)

Ley 1/2011, de 22 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6487, de 24 de marzo).

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo).

Decreto 77/1994, de 12 de abril, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana. (*DOGV* núm. 2.249, de 20 de abril).



PUBLICIDAD

La publicidad que haga el comerciante respecto de su establecimiento, producto, servicio o marca, debe ser cierta y veraz.

Las condiciones y garantías ofrecidas, serán exigibles por los consumidores o usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido. No obstante, si el contrato o comprobante contiene cláusulas más beneficiosas, éstas prevalecerán sobre el contenido de la oferta o publicidad.

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488 , de 25 de marzo).

Ley 1/2011, de 22 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6487, de 24 de marzo).

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo).

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (*BOE* núm. 274, de 15 de noviembre).

Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (*BOE* núm. 89, de 14 de abril)

HORARIO COMERCIAL

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, considerándose inhábiles los domingos y festivos.

No obstante, podrán abrir **diez domingos y festivos** que anualmente se determinen mediante resolución de la conselleria competente en materia de Comercio. Los Ayuntamientos pueden sustituir uno o dos de esos domingos y festivos por festivos locales, dicha determinación vinculará a los comerciantes del municipio que no podrán desarrollar la actividad comercial en la fecha/s a las que renuncie la Corporación Local.

2. Este régimen general no es aplicable a aquellos establecimientos que tienen **plena libertad** de horarios para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos, que se relacionan a continuación:
 - Establecimientos dedicados principalmente a la **venta de los siguientes productos** (cualquiera que sea su superficie de exposición y venta): pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, floristerías y plantas.
 - Las **tiendas de conveniencia**. Son las que tienen una superficie para exposición y venta no superior a 500 metros cuadrados, que 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 debe llevarse a cabo de forma similar entre sí, sin exclusión de ninguna de ellas y sin que predomine netamente una sobre las demás.
 - Los instalados en **estaciones y medios de transporte** terrestre, marítimo y aéreo.



- Los instalados en **zonas de gran afluencia turística** previamente declarada mediante resolución de la Dirección General competente en materia de comercio, sólo durante los periodos de tiempo que fije la resolución (normalmente Semana Santa y Pascua, desde el Domingo de Ramos, hasta el lunes festividad de San Vicente y del 15 de junio al 15 de septiembre) y para las zonas que la misma determine, cualquiera que sea su superficie y su oferta.
- Todos los establecimientos de **menos de 300 metros cuadrados de superficie de exposición y venta** (cualesquiera que sean los productos que vendan), excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa.
- Los establecimientos dedicados principalmente a la venta de **productos culturales**, que dediquen al menos el 80 por ciento de su superficie comercial a la oferta de productos culturales (libros en soporte escrito o informático, periódicos, revistas, soportes de grabación musical, instrumentos musicales, DVDs, artículos de colección, artículos de dibujo y bellas artes, antigüedades, obras de arte, productos de artesanía popular, trajes regionales y *souvenirs*).
- Los **establecimientos integrados en instalaciones de prestación de servicios turísticos** dedicados exclusivamente a los usuarios.

Fuera de estos casos, excepcionalmente, a petición del ayuntamiento interesado, se podrá otorgar un **horario excepcional** para días concretos, en virtud de circunstancias especiales no periódicas que incrementan las oportunidades de negocio del comercio local por incrementos puntuales y excepcionales, debido a la mayor afluencia de visitantes. Los horarios excepcionales no superarán un máximo de dos domingos o festivos al año en cada municipio, y no computarán en el límite de 10 domingos y festivos habilitados por resolución de la conselleria competente en materia de Comercio. La resolución de las solicitudes corresponderá al servicio territorial correspondiente competente en materia de comercio.

Además, cuando exista una acumulación de domingos y/o festivos por ser consecutivos, los ayuntamientos solicitarán la habilitación de al menos uno de ellos, siempre que exista petición de parte interesada, sin que ello compute en el límite de 10 domingos y festivos habilitados por resolución de la conselleria competente en materia de Comercio. La resolución de las solicitudes corresponderá al servicio territorial correspondiente competente en materia de comercio.

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488, de 25 de marzo).

Decreto Ley 1/2015, de 27 de febrero, del Consell, de horarios comerciales en la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 7477, de 3 de marzo)

Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad (*BOE* núm. 168, de 14 de julio).

Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia (*BOE* núm. 252, de 17 de octubre).



PRECIOS

1. Los precios deben ser **exhibidos en euros de forma pública**, sin inducir a confusión tanto de los artículos expuestos en el interior como de los que se expongan en los escaparates.
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.
3. Deberán indicarse con claridad y de forma diferenciada, toda clase de descuentos y posibles incrementos derivados de regímenes de financiación, y los costes adicionales por servicios accesorios y similares.
4. Se indicará el precio por unidad de medida, salvo en aquellos en que sea idéntico al precio de venta.
5. Si en el marcaje existen dos o más precios diferentes, se debe vender al precio más bajo de los exhibidos.
6. Los precios serán **libremente determinados** por los comerciantes, siempre y cuando estos no sean inferiores a los de adquisición del producto según factura, deducidos los descuentos que figuren en la misma, e incrementados con los impuestos indirectos que graven la operación. Es lo que se conoce como **prohibición de ventas a pérdida** que solamente, y de manera excepcional, se permiten en cuatro supuestos:
 - Ventas de saldos.
 - Ventas en liquidación.
 - Cuando se practique con el objetivo de alcanzar los precios de uno o varios competidores con capacidad para afectar significativamente a sus ventas.
 - Venta de productos perecederos en fechas próximas a su inutilización.

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488, de 25 de marzo).

Ley 1/2011, de 22 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6487, de 24 de marzo).

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (*BOE* núm. 15, de 17 de enero).

CONSTANCIA DOCUMENTAL DE LA VENTA

Se deberá entregar **factura** al consumidor que la solicite para el ejercicio de cualquier derecho de naturaleza tributaria, y en aquellos casos en que la entrega total o parcial de productos sea diferida a un momento ulterior a la estipulación del contrato. En los demás casos, en las ventas al por menor y prestación de determinados servicios por importe que no exceda de 3.000 euros, IVA incluido, bastará con la entrega de un **tique** (factura simplificada) en el que consten los siguientes datos:

- Número y, en su caso, serie. La numeración de los tiques dentro de cada serie será correlativa.
- La fecha de su expedición.
- N.I.F., así como el nombre y apellidos, razón o denominación social completa.
- La identificación del tipo de bienes entregados o de servicios prestados.



- Tipo impositivo aplicado y, opcionalmente, también la expresión “IVA incluido”.
- Contraprestación total.

Además, será necesario que conste por escrito la compraventa en aquellos casos en que así lo exija una ley (ventas a plazos de bienes muebles, venta domiciliaria).

Disposiciones de aplicación:

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (*BOE* núm. 15, de 17 de enero).

Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación (*BOE* núm. 289, de 1 de diciembre).

Ley 1/2011, de 22 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6487, de 24 de marzo).

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo).

Ley 28/1998, de 13 de julio, de Venta a Plazos de Bienes Muebles (*BOE* núm. 167, de 14 de julio).

Código Civil (art.1280) y Código de Comercio (arts. 51 y 52).

GARANTIA DEL PRODUCTO

El **vendedor responde de las faltas de conformidad** que se manifiesten en un plazo de dos años desde la entrega, salvo que el consumidor compre el producto conociendo la falta de conformidad del mismo. Durante los seis primeros meses se presume, salvo prueba en contrario, que la falta de conformidad del bien ya existía cuando la cosa se entregó. Al ser éste un derecho que viene recocado por ley y salvo que se trate de productos de naturaleza duradera, no será necesario entregar al comprador un documento de garantía.

Un **bien es conforme** a lo contratado siempre que cumpla con los siguiente requisitos:

- Que el bien se ajuste a la descripción o al modelo que el vendedor presente al consumidor.
- Que sea apto para los usos a los que habitualmente se destinan los bienes de consumo del mismo tipo.
- Que sea apto para el uso especial en caso que así se hubiese solicitado por el consumidor y el vendedor lo hubiera aceptado.
- Que presente la calidad y las prestaciones habituales de un bien del mismo tipo o aquellas que se indican en la publicidad del producto.
- En caso de que el contrato incluya la instalación, que ésta se realice de forma correcta.
- En caso de que se trate de artículos con instrucciones de instalación para el usuario, que éstas sean correctas.

Si no cumple con algunos de estos requisitos se estará ante una falta de conformidad.

En el ejercicio de este derecho, y dentro del plazo de **2 años** desde la entrega del producto, el consumidor puede optar entre **la reparación o la sustitución del bien**, salvo que una de estas opciones resulte imposible o desproporcionada. Tratándose de bienes de segunda mano, el consumidor no puede exigir la sustitución.

Cuando el consumidor no pueda exigir la reparación ni la sustitución, o éstas no se realicen en un plazo razonable, procederá, a elección del consumidor, **la rebaja del precio o la resolución del**



contrato, salvo que la falta de conformidad sea de escasa importancia, en cuyo caso no cabe la resolución.

En el caso de ventas a través de **máquinas automáticas**, el titular de la empresa o actividad del local en el que esté instalada responderá solidariamente con el de la propia máquina, de las obligaciones derivadas de la venta automática.

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.

Disposiciones de aplicación:

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo).

Ley 1/2011, de 22 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6487, de 24 de marzo).

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (*BOE* núm. 15, de 17 de enero)

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488 de 25 de marzo)

CAMBIOS Y DEVOLUCIONES

En los casos en que el producto es conforme, el vendedor sólo quedará obligado a realizar **cambios o devoluciones si así lo anuncia** u oferta al consumidor.

Cuando se admite el cambio o devolución, y en caso de no haberse anunciado el plazo para desistir del contrato, aquél será como mínimo de 14 días naturales.

En las **ventas domiciliarias y ventas a distancia**, es un derecho del consumidor otorgado por ley, y tendrá derecho a desistir del contrato durante un período de 14 días naturales sin indicar el motivo, aunque el producto sea conforme a lo ofertado y no presente defectos.

Disposiciones de aplicación:

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (*BOE* núm. 15, de 17 de enero).

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo). Título III.

RECLAMACIONES DEL CONSUMIDOR

Cuando un consumidor solicite una **hoja de reclamaciones** se le debe suministrar en el mismo lugar en que la demande o en el lugar identificado como de información o atención a los clientes, sin remitirle a otras dependencias o a oficinas centrales distantes del lugar en que se han producido los hechos. Presentada la hoja de reclamación por el consumidor ante el órgano administrativo competente, éste llevará a cabo una mediación entre las partes.



Presentada una solicitud de **arbitraje** por un consumidor, el comerciante puede aceptarla o rechazarla, salvo que hubiera realizado una oferta pública de sometimiento al Sistema Arbitral de Consumo, respecto de futuros conflictos con consumidores o usuarios, en cuyo caso, vendrá obligado a cumplir la decisión que adopten los árbitros.

Disposiciones de aplicación:

Ley 1/2011, de 22 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6487, de 24 de marzo).

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo).

Decreto 77/1994, de 12 de abril, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana. (*DOGV* núm. 2.249, de 20 de abril)

Orden 4/2013, de 26 de marzo, de la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo, por la que se modifica el modelo de hoja de reclamaciones de los consumidores y usuarios de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6999, de 9 de abril)

Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje (*BOE* núm. 309, de 26 de diciembre)

Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo (*BOE* núm. 48, de 25 de febrero)

VENTAS PROMOCIONALES

1. GENERALIDADES

En las diferentes modalidades de venta promocional (rebajas, descuentos, saldos, liquidaciones, ventas con obsequio), se deberán observar los siguientes extremos:

- Sólo se utilizará la denominación que se corresponda con la verdadera naturaleza de la venta promocional que se lleva a cabo.
- Se deberá informar de forma inteligible, visible y legible de la fecha de comienzo y finalización.
- En la presentación de los productos que se oferten con precio reducido deberá figurar, tanto en los que se exhiban en el interior como en los escaparates, el precio anterior junto al nuevo precio promocional.

Se entiende por precio anterior, el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes.

Si se trata de una oferta de lanzamiento deberá figurar el precio que será habitual cuando finalice la promoción.

Cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos bastará con el anuncio genérico de dicha reducción sobre el precio habitual, sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo.



- Sin perjuicio de dar cumplimiento a los aspectos señalados en el punto anterior, cuando las ventas promocionales afecten a un conjunto de productos o servicios y ofrezcan reducciones de cuantía variable, podrá realizarse una publicidad genérica mediante las expresiones “desde” o “hasta” una cuantía o un porcentaje determinados, siempre que dicha cuantía o porcentaje alcance al menos al 50 % de los productos ofertados.

Las actividades de promoción de ventas podrán simultanearse en un mismo establecimiento comercial, excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.

- 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 y a la publicidad realizada.
- En la difusión publicitaria de la promoción deberá especificarse el punto o puntos de venta o la zona para la que se organiza la venta.
- En caso de publicidad en una página web, se deberá de incorporar a la misma todas las condiciones de dicha oferta y el periodo de duración.

Además de lo anterior, se deberá dar cumplimiento a los siguientes aspectos, según la modalidad de venta promocional:

2. **VENTAS EN REBAJAS:** La venta en rebajas es la venta promocional en la que los artículos 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.

Artículos sobre los que se aplica: Los artículos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual de ventas y deben de haber sido puestos a la venta a un precio ordinario superior al que se oferta como rebajado.

Los artículos no pueden estar deteriorados ni haber sido adquiridos para su venta en rebajas.

Sólo podrá anunciarse una venta en rebajas cuando la misma afecte al menos a más de la mitad de productos ofrecidos en el establecimiento.

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

Duración: Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los períodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante.

La duración de cada período de rebajas será libremente decidido por cada comerciante.

Se anunciará al público, de forma visible e inequívoca en el establecimiento, la duración del periodo de rebajas mediante la indicación desde el inicio, de las fechas de comienzo y final del periodo de las mismas.



3. VENTAS CON DESCUENTO: Las ventas con descuento son 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.

- Sólo podrán anunciarse con las expresiones ‘descuentos’, ‘ofertas’ o ‘promoción’, si bien, a continuación se podrá especificar el motivo de las mismas.
- Artículos sobre los que se aplica:

Los artículos serán los puestos normalmente a la venta, sin que puedan estar afectados por ninguna causa que reduzca su valor o aquellos que sean objeto de lanzamiento.

No obstante, los artículos que vayan a comerciarse como productos en promoción podrán adquirirse con este exclusivo fin, no podrán estar deteriorados, ni tampoco ser de peor calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.

El comerciante deberá acreditar la posesión de existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible, atendiendo a la duración de la promoción y a la publicidad realizada.

- Descuento en especie: El descuento en especie consiste en ofrecer una prestación adicional de la misma naturaleza que la prestación principal. En particular, constituyen descuentos en especie las promociones del tipo “3 x 2”, “2 x 1” o mediante la referencia a un porcentaje determinado de cantidad suplementaria. No podrá comportar un precio superior al que se venía exigiendo para la adquisición de la prestación principal, a no ser que de ello se informe de forma clara, suficiente y explícita en la publicidad.

4. VENTAS CON OBSEQUIO Consisten en ofrecer a los compradores otro producto o servicio gratuito o a precio especialmente reducido con la finalidad de promover las ventas.

- Cuando la entrega del obsequio se supedite a vales, cupones u otros, se dará a conocer de forma precisa el objeto del obsequio y las condiciones para la obtención.
- En caso de sorteos o concursos, las bases serán accesibles a los destinatarios.
- Los obsequios o incentivos que no se entreguen de manera inmediata deberán de entregarse al comprador en el plazo máximo de tres meses desde que el comprador cumplió con los requisitos para obtenerlos.
- En caso de oferta conjunta de dos productos diferentes que también se venden por separado, el comprador deberá de beneficiarse de una reducción de precio que resultará de comparar el precio global con los precios individuales.

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

- Cesación total o parcial de la actividad de comercio.



- Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

Artículos sobre los que se aplica: No pueden ser objeto de liquidación los productos que no formen parte de las existencias del establecimiento un mes antes del inicio de la misma o los adquiridos con destino a la misma.

La liquidación faculta al vendedor a vender los artículos a pérdida.

Duración: La duración de la liquidación será como máximo de un año.

No procederá efectuar una nueva liquidación en mismo establecimiento de productos similares a la anterior en el curso de los tres años siguientes, excepto cuando ésta última tenga lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

Información al público:

- 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.
- En el caso de cese parcial, deberá indicarse la clase de mercancía objeto de la liquidación.

- 6. VENTAS DE SALDOS:** Es aquella venta de productos cuyo valor de mercado aparece manifiestamente disminuido a causa del deterioro o de un 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.

Artículos sobre los que se aplica: Artículos que no se pueden vender a los precios habituales del mercado por haber perdido actualidad o utilidad, estar desparejados, sean defectuosos o estén deteriorados, siempre que no comporten riesgo ni engaño para los compradores.

En cualquier caso, deben ser vendidos a precios inferiores a los habituales, pudiéndose ofertar por debajo del precio de adquisición, es decir a pérdida.

Duración: No existe límite temporal mínimo o máximo para la venta de saldos.

Información al público y publicidad:

- La venta de saldos se hará separándolos claramente del resto de productos del establecimiento comercial.
- Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente como ‘saldos’, ‘restos’, o expresión similar.
- Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible.



Establecimientos de venta de saldos

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.

Estos establecimientos podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente para su venta como saldos o restos.

La venta de artículos excedentes de producción o de temporada que no tengan la condición de saldos, por no aparecer manifiestamente 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.

Disposiciones de aplicación:

Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (*DOCV* núm. 6488, de 25 de marzo).

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (*BOE* núm. 15, de 17 de enero).

Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad (*BOE* núm. 168, de 14 de julio).

Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (*BOE* núm. 287, de 30 de noviembre), modificado por la Ley 3/2014, de 27 de marzo (*BOE* núm. 76, de 28 de marzo).