



ESBORRANY d'Avantprojecte de Llei, de la Generalitat, de Comerç Sostenible

ÍNDEX

TÍTOL I. Disposicions generals

CAPÍTOL I. Àmbit de la llei i conceptes bàsics

Article 1. Objecte i àmbit d'aplicació

Article 2. Activitat comercial

Article 3. Activitats excloses

Article 4. Establiment comercial

CAPÍTOL II. Principis i condicions generals de l'exercici de l'activitat comercial

Article 5. Principis

Article 6. Condicions generals

CAPÍTOL III. Oferta comercial

Article 7. Condicions de l'oferta

CAPÍTOL IV. Preus

Article 8. Llibertat de preus

Article 9. Publicitat dels preus

TÍTOL II. Horaris comercials

CAPÍTOL I. Horari general

Article 10. Horari general

Article 11. Obertura comercial en diumenges i festius

Article 12. Calendari de diumenges i altres dies festius habilitats per a l'obertura comercial

Article 13. Competència municipal per a la determinació de diumenges i festius habilitats per a l'obertura comercial

CAPÍTOL II. Horaris especials

Secció primera. Establiments amb llibertat horària

Article 14. Establiments amb llibertat horària

Secció segona. Zones de gran afluència turística

Article 15. Zones de gran afluència turística

TÍTOL III. Comerç i territori

CAPÍTOL I. Disposicions generals.

Article 16. Objectius de l'ordenació comercial

CAPÍTOL II. Ordenació territorial del comerç

Article 17. Instruments per a l'ordenació territorial del comerç

Article 18. Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana

Article 19. Normes per al tractament de l'activitat comercial en el planejament urbanístic

CAPÍTOL III. Règim d'implantació dels establiments amb impacte territorial

Article 20. Règim excepcional d'autorització autonòmica de projectes comercials amb impacte territorial

Article 21. Classificació dels projectes comercials segons la seua afecció territorial

Article 22. Autorització d'establiments comercials d'impacte territorial



Article 23. Declaració responsable
Article 24. Procediment per a la sol·licitud d'autorització comercial autonòmica
Article 25. Criteris per a la concessió de l'autorització comercial autonòmica
Article 26. Resolució administrativa
Article 27. Caducitat de l'autorització comercial autonòmica
CAPÍTOL IV. Dinamització i millora d'entorns comercials urbans
Secció primera. Suport i planificació
Article 28. Suport al comerç urbà
Article 29. Plans d'acció comercial i plans directors de comerç
Article 30. Projectes d'urbanisme comercial
Article 31. Centres comercials urbans
Article 32. Altres àmbits d'actuació preferent
Secció segona. Àrees de promoció econòmica urbana
Article 33. Àrees de promoció econòmica urbana
Article 34. Constitució de les àrees de promoció econòmica urbana
TÍTOL IV. Vendes fora d'establiment comercial
CAPÍTOL I. Venda no sedentària
Article 35. Concepte
Article 36. Objecte de la venda
Article 37. Autorització
Article 38. Identificació
Article 39. Ordenances municipals
CAPÍTOL II. Altres tipus de venda fora d'establiment comercial
Article 40. Règim jurídic
TÍTOL V. Vendes promocionals
CAPÍTOL I. Disposicions generals
Article 41. Concepte
CAPÍTOL II. Obligacions d'informació
Article 42. Informació sobre limitacions essencials
Article 43. Bases de la promoció
Article 44. Pluralitat d'ofertes promocionals en un establiment
Article 45. Pluralitat d'establiments participants en una oferta promocional
Article 46. Informació sobre la quantia de la reducció
CAPÍTOL III. Vendes en rebaixes
Article 47. Concepte
Article 48. Temporada de rebaixes
Article 49. Requisits específics
CAPÍTOL IV. Vendes amb descompte
Article 50. Concepte
Article 51. Descomptes en espècie
CAPÍTOL V. Vendes amb obsequi
Article 52. Concepte
Article 53. Requisits
Article 54. Lliurament dels obsequis
Article 55. Regulació d'ofertes conjuntes
CAPÍTOL VI. Vendes en liquidació
Article 56. Règim jurídic



CAPÍTOL VII. Vendes de saldos

Article 57. Concepte

Article 58. Requisits

Article 59. Establiments dedicats permanentment a la venda de saldos

Article 60. Venda d'excedents de producció o de temporada

CAPÍTOL VIII. Oferta de venda directa

Article 61. Veracitat de l'oferta

TÍTOL VI. Governança

CAPÍTOL I. Qualitat en l'acció pública

Article 62. Compromís de qualitat amb la ciutadania

Article 63. Foment de la qualitat en la prestació dels serveis

CAPÍTOL II. Descentralització administrativa i funcional

Article 64. Proximitat de la gestió

Article 65. Cambres oficials de comerç, indústria, serveis i navegació

CAPÍTOL III. Participació ciutadana

Article 66. Participació en l'acció pública

Article 67. Observatori del Comerç Valencià

Article 68. Consells locals de comerç

Article 69. Potenciació de la participació dels agents del sector

CAPÍTOL IV. Foment de l'activitat comercial

Article 70. Acció pública de foment

Article 71. Fins de l'actuació pública

Article 72. Impuls a l'ús de la innovació i les tecnologies de la informació

Article 73. Impuls a la formació comercial

Article 74. Comerç sostenible i responsable

Article 75. Cooperació

CAPÍTOL V. Fires comercials

Article 76. Fires comercials

Article 77. Àmbit d'aplicació

Article 78. Supervisió de les fires comercials

Article 79. Classificació i promoció de les fires comercials

TÍTOL VII. Règim d'infraccions i sancions

CAPÍTOL I. Infraccions

Article 80. Concepte

Article 81. Infraccions lleus

Article 82. Infraccions greus

Article 83. Infraccions molt greus

Article 84. Prescripció de les infraccions

CAPÍTOL II. Sancions

Article 85. Tipus i quantia

Article 86. Prescripció de les sancions

Article 87. Òrgans competents

Article 88. Graduació

DISPOSICIONS ADDICIONALS

Primera. Zones acústicament saturades

Segona. Normes relatives a la protecció de les persones consumidores



Tercera. Informe preceptiu
Quarta. Remissions normatives

DISPOSICIONS TRANSITÒRIES

Primera. Autorització comercial autonòmica
Segona. Zones de gran aflluència turística
Tercera. Observatori del Comerç Valencià
Quarta. Expedients de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana, en tramitació

DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

Única. Derogació normativa

DISPOSICIONS FINALS

Primera. Desenvolupament normatiu
Segona Entrada en vigor

TÍTOL I. Disposicions generals

CAPÍTOL I. Àmbit de la llei i conceptes bàsics

Article 1. Objecte i àmbit d'aplicació

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

Article 2. Activitat comercial

1. Als efectes d'aquesta llei, s'entén per activitat comercial:

- a) La consistent a oferir en el mercat interior productes, naturals o elaborats, per compte propi o d'altri, així com serveis sota qualsevol forma de comercialització, venda o prestació.
- b) La que realitze la persona empresària o professional que per compte d'una altra persona, en nom propi o d'altri promou o conclou actes o operacions de comerç.
- c) És activitat comercial sostenible i responsable la que suposa un comportament socialment responsable de les empreses que contribuïska al desenvolupament sostenible, amb actuacions de foment capaç de conciliar el creixement econòmic, la competitivitat, la protecció del medi ambient i els valors i demandes socials, i els drets, la seguretat i la salut de les persones consumidores, usuàries i treballadores.

2. És activitat comercial de caràcter detallista la que es desenvolupa professionalment amb ànim de lucre consistent en l'oferta de qualsevol classe de productes o serveis a les persones destinatàries finals d'aquests, utilitzant o no un establiment.

3. És activitat comercial de caràcter majorista la que es desenvolupa professionalment amb ànim de lucre consistent en l'adquisició de productes o serveis i la revenda d'aquests a altres persones comerciants, empresàries, professionals o artesanes per a la transformació o incorporació en el procés de producció o en la prestació de serveis.

4. L'activitat comercial de caràcter detallista pot 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.



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 siguem usuals en el comerç.

Article 3. 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 serveis turístics.
2. No obstant això, a les activitats comercials amb normativa pròpia se'ls aplica aquesta llei en tots aquells aspectes que no hagen sigut objecte d'atenció en la seua regulació específica.
3. Mitjançant disposició legal, pot excloure's l'aplicació d'aquesta llei a determinades activitats comercials.

Article 4. Establiment comercial

1. Té la consideració d'establiment comercial tota instal·lació immoble de venda al detall en la qual l'empresa exerceix la seua activitat de forma permanent, així com tota instal·lació mòbil de venda al detall en la qual l'empresa exerceix la seua activitat de forma habitual.
2. Els establiments comercials poden 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'exerceixen 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 comparteixen.

CAPÍTOL II. Principis i condicions generals de l'exercici de l'activitat comercial

Article 5. Principis

L'activitat comercial s'ha d'exercir sota els principis de llibertat d'empresa en el marc de l'economia de mercat, de lliure circulació de mercaderies, i d'instal·lació i condicionament dels establiments comercials en el marc del que dispose la legislació vigent.

Ha de respectar la lleialtat de les transaccions comercials i els drets de les persones consumidores, 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 6. Condicions generals

1. És condició per a l'exercici de l'activitat comercial complir els requisits establits per la legislació vigent que siga aplicable, en especial la legislació mercantil, laboral, tributària i la que regule l'exercici de determinades professions.
2. L'obertura d'establiments comercials està subjecta al règim de comunicació prèvia o declaració responsable en els supòsits i termes arrellegats en la legislació estatal de caràcter bàsic i en la legislació autonòmica valenciana d'aplicació.
3. En els casos en què resulte preceptiu, els ajuntaments han de concedir les autoritzacions o llicències corresponents per a l'exercici de les activitats comercials que estiguen subjectes a aquestes, prèvia comprovació de l'existència dels requisits exigits per la normativa vigent.



CAPÍTOL III. Oferta comercial

Article 7. Condicions de l'oferta

1. En l'exercici de l'activitat comercial, l'origen, la qualitat i la quantitat dels productes o serveis, així com el preu i les condicions de venda o la prestació, són les oferides i, en tot cas, les exigibles de conformitat amb la normativa reguladora.
2. L'oferta pública de venda o l'exposició de productes en establiments comercials, inclosos els aparadors, obliguen el comerç a procedir-ne a la venda a les persones demandants que complisquen les condicions d'adquisició, atenent l'ordre temporal de les sol·licituds. Queden exceptuats d'aquesta 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.
3. Excepte en el cas d'ofertes promocionals o de previsió normativa en contra, els comerços no poden limitar la quantitat d'articles que poden ser adquirits per cada persona compradora, ni establir preus més elevats o suprimir reduccions o incentius per a les compres que superen un determinat volum.

CAPÍTOL IV. Preus

Article 8. Llibertat de preus

Els preus de venda dels productes i de prestació dels serveis són lliurement determinats pels comerços 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.

Article 9. Publicitat dels preus

1. Els preus dels productes i serveis oferits hauran de complir les obligacions de publicitat incloses en la norma de rang legal de caràcter bàsic que les regule.
2. Els articles que s'exposen en els aparadors han d'exhibir els preus de forma visible i llegible des de l'exterior.

TÍTOL II. Horaris comercials

CAPÍTOL I. Horari general

Article 10. Horari general

1. L'horari global màxim en què els establiments comercials poden desenvolupar la seua activitat durant el conjunt de dies laborables de la setmana és de 90 hores.
2. L'horari d'obertura i tancament dels locals comercials es fixa lliurement per cada comerç, i ha de respectar els límits màxims establits per aquesta llei que siguin aplicables, sense perjudici del que s'establisca, per raons d'ordre públic, en una altra normativa aplicable.
3. Els establiments comercials han 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.

Article 11. Obertura comercial en diumenges i festius

1. Amb caràcter general, els diumenges i festius es consideren no laborables. No obstant això, s'habilitaran com a laborables per a cada any fins a un màxim d'onze diumenges o festius en els quals els comerços podran romandre oberts al públic.



2. Cada comerç pot determinar lliurement l'horari corresponent a cada diumenge o dia festiu en què exercisca la seua activitat.
3. En cap cas es pot obrir al públic els diumenges i festius següents: 1 de gener, 6 de gener, 1 de maig, 9 d'Octubre i 25 de desembre, o bé el 26 de desembre, quan aquest siga declarat festiu per trasllat de la festa de Nadal.

Article 12. Calendari de diumenges i altres dies festius habilitats per a l'obertura comercial

1. El calendari anual de diumenges o festius habilitats com a laborables per a l'obertura comercial, es determina mitjançant una resolució de la conselleria competent en matèria de comerç, amb audiència prèvia de l'Observatori del Comerç Valencià, convocat a aquest efecte amb antelació a l'inici de l'any de què es tracte.
2. Per a determinar les dates habilitades cal ajustar-se a l'ordre de criteris següent:
 - a) L'obertura, almenys, en un dia festiu quan es produïska la coincidència de dos o més dies festius continuats. En el cas que l'Observatori del Comerç Valencià no puga acordar una proposta per una majoria de dos terços, per a determinar els dies habilitats en compliment d'aquest criteri, s'ha de seguir el següent ordre: en primer lloc, el que siga dissabte; si no hi haguera, el que siga dilluns. Si no es dona cap d'eixos supòsits, s'ha d'habilitar el primer dels festius. Quan siguen tres o més els diumenges o festius acumulats, cal habilitar els que trenquen la continuïtat de festius.
 - b) L'obertura dels primers diumenges dels períodes tradicionals de rebaixes: el primer diumenge posterior al 6 de gener i el primer diumenge de juliol.
 - c) L'obertura dels diumenges i els festius de més afluència turística a la Comunitat Valenciana. Amb caràcter general, tenen aquesta consideració el Diumenge de Rams, el Divendres Sant, o bé el Dijous Sant quan aquest siga festiu estatal o autonòmic, i el Diumenge de Pasqua.
 - d) L'obertura dels diumenges o festius de les campanyes de Nadal, que comprén des del diumenge posterior al quart dijous de novembre al 24 de desembre, i de Reis, que comprén del 26 de desembre al 5 de gener.

Article 13. Competència municipal per a la determinació de diumenges i festius habilitats per a l'obertura comercial

1. Es faculta els ajuntaments perquè, atès l'atractiu comercial per a les persones consumidores, puguen realitzar els canvis següents:
 - a) *Substituir fins a dos diumenges o festius dels habilitats per a la pràctica comercial per dos dies festius locals o diumenges no habilitats.*
En cap cas les substitucions poden provocar una acumulació de diumenges o festiu. No es pot realitzar la substitució amb diumenges o festius que hagen estat habilitats, per resolució de la conselleria competent en matèria de comerç, pel criteri d'acumulació de festius de l'article 12.2.a), ni habilitar els diumenges o festius assenyalats en l'article 11.3, o que hagen estat exclosos per la resolució que regule el règim de zona de gran afluència turística, si escau.
 - b) Quan hi haja una acumulació de diumenges o festius per ser consecutius i un d'aquests siga un festiu local no habilitat, l'ajuntament ha de procedir a efectuar la substitució prevista en la lletra anterior, sempre que hi haja petició de part interessada, tot seguint allò previst en l'article 12.2.a).
 - c) Excepcionalment, en cas de catàstrofe, habilitar com a laborables els diumenges i festius necessaris per a assegurar el correcte abastiment de la població, sempre d'acord amb la normativa vigent en matèria de protecció civil.
2. La decisió que s'adopte és de compliment obligatori per a tots els establiments que no puguen acollir-se al règim de llibertat horària.
3. Reglamentàriament es determinarà el procediment per a sol·licitar l'habilitació o la revocació de l'habilitació dels diumenges o festius a què es refereixen els apartats anteriors.



CAPÍTOL II. Horaris especials

Secció primera. Establiments amb llibertat horària

Article 14. Establiments amb llibertat horària

Tenen plena llibertat per a determinar els dies i les hores en què romanen oberts al públic:

1. Els establiments dedicats principalment a la venda de pastisseria i rebosteria, pa, plats preparats, premsa, combustibles i carburants, floristeries i plantes.
2. Els establiments dedicats principalment a la venda de productes culturals, entenent aquests com aquells que dediquen almenys el 90 per cent de la superfície comercial a l'oferta de productes la finalitat del qual siga cultivar, desenvolupar i formar els coneixements humans i l'exercici de les facultats intel·lectuals. Tenen la consideració de productes culturals els llibres en suport escrit o digital, periòdics, revistes, suports de gravació musical, d'imatge o vídeo, instruments musicals, articles de col·lecció, articles de dibuix i belles arts, antiguitats, obres d'art, productes d'artesanía popular i vestits regionals, així com records i articles de regal dirigits al turisme.
3. Les denominades botigues de conveniència, entenent per aquestes 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 si, entre les següents quatre gammes d'articles, sense exclusió de cap d'aquestes i sense que predomine netament una sobre les altres: llibres, periòdics o revistes; articles d'alimentació; discos, vídeos, joguets o regals, i articles diversos.
4. Les instal·lades en estacions i mitjans de transport terrestre, marítim i aeri.
5. Els establiments de venda de reduïda dimensió diferents dels anteriors, que disposen d'una superfície útil per a l'exposició i venda al públic inferior a 300 metres quadrats, quan pertanyen a empreses o grups de distribució que tinguen la consideració de xicoteta i mitjana empresa segons la legislació vigent.
6. Els establiments comercials integrats en instal·lacions de prestació de serveis turístics, dedicats exclusivament al servei de les persones usuàries d'aquestes, a fi de poder ajustar el seu funcionament als de la instal·lació principal.

Secció segona. Zones de gran afluència turística

Article 15. Zones de gran afluència turística

1. Els establiments ubicats a les zones de gran afluència turística tenen plena llibertat per a determinar els dies i les hores en què romanen oberts al públic a la Comunitat Valenciana.
2. La declaració de zona de gran afluència turística fixa per a cada cas les condicions d'aplicació, incloent-hi els períodes a què s'estén.
3. La declaració de zona de gran afluència turística es du a terme per la direcció general competent en matèria de comerç a sol·licitud de l'ajuntament interessat, amb audiència prèvia del Consell Local de Comerç o, si no n'hi ha, d'òrgan semblant, i de les entitats empresarials, sindicals i de defensa de les persones consumidores més representatives del sector en l'àmbit autonòmic.
4. Es poden declarar zones de gran afluència turística aquelles àrees coincidents amb la totalitat o part del municipi en què concórrega alguna de les circumstàncies previstes en la legislació bàsica estatal que les regule. Reglamentàriament es determinaran les magnituds a tenir en compte per a acreditar l'existència de les circumstàncies esmentades.
5. Reglamentàriament es determinarà el procediment per a la sol·licitud de la declaració de les zones de gran afluència turística, com també per a prorrogar-la, modificar-la o revocar-la. Igualment,



reglamentàriament es determinarà la documentació que ha de constar en l'expedient.

6. La declaració de zona de gran aflluència turística, a efectes d'aquesta llei, tindrà una vigència de set anys, prorrogables automàticament per idèntics períodes, sempre que quede acreditada per a cada cas la persistència de les causes que motivaren l'autorització inicial.

No obstant això, la direcció general competent en matèria de comerç pot procedir a la modificació o revocació anticipada en cas que l'ajuntament afectat efectue una nova proposta de modificació o supressió de la zona, o bé canvien o desapareguen les circumstàncies que van donar lloc a la declaració.

7. En aquelles zones de gran aflluència turística la declaració de les quals s'haja autoritzat per als períodes de Setmana Santa (de Diumenge de Rams a segon diumenge de Pasqua), s'amplia automàticament la data d'inici quan el dissabte immediatament anterior al diumenge de Rams siga festiu.

Igualment, quan la data inicialment prevista per a l'inici o la finalització del període estival d'una zona de gran aflluència turística siga contigua a un diumenge, dia festiu o una acumulació de festius, s'amplia automàticament la data d'inici o de finalització, segons pertoque.

TÍTOL III. Comerç i territori

CAPÍTOL I. Disposicions generals.

Article 16. 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 desenrotllament urbanístic a la Comunitat Valenciana, són la millora de la qualitat de vida de la ciutadania, 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 de la ciutadania es basa en:

- a) Aconseguir un comerç eficient i modern al servei de les persones consumidores i usuàries, que actue com a factor de reequilibri territorial i de cohesió social, respectant l'exercici de la llibertat d'empresa.
- b) Assegurar el manteniment de les condicions de proximitat, accessibilitat, diversitat, servei i adaptació de l'oferta comercial a les preferències de les persones consumidores i usuàries i una major competència empresarial basada en la diversitat i equilibri entre formats i tipologies.
- c) Garantir i protegir el dret de lliure elecció per part de les persones consumidores i usuàries, que s'estén 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 una major proximitat de l'oferta comercial, en ser un equipament bàsic que assegura la qualitat de vida, i limitar implantacions comercials que afavorisquen el desplaçament motoritzat privat de les persones consumidores i usuàries.

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

- a) Fomentar una distribució comercial que genere riquesa i ocupació de qualitat.
- b) 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.
- c) Impulsar la modernització, innovació i formació en el sector comercial.
- d) Implicar, assessorar i formar a les administracions públiques locals en la planificació comercial territorial i enfortir les competències que ostenta la Generalitat en l'ordenació comercial.

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



- a) Consolidar el model d'àrees comercials funcionals i el sistema urbà-comercial format per capçaleres, subcapçaleres i nodes d'influència comercial en el territori, conjunt de municipis que han de desenvolupar les funcions comercials de major rellevància.
- b) Considerar la capacitat d'acolliment del territori com a condicionant en el desenvolupament de nous projectes comercials, en funció de la conservació dels valors ambientals, paisatgístics, econòmics i culturals de la infraestructura verda i de la integritat dels seus processos.
- c) Establir un model que permeta la implantació dels equipaments comercials que generen impactes territorials en aquelles localitzacions més adequades, on es potencie la seua funció vertebradora i la seua compatibilitat amb la infraestructura verda, sempre en coherència amb el que disposa l'estratègia territorial de la Comunitat Valenciana i la resta d'instruments d'ordenació territorial i urbanística.
- d) Procurar la implantació de grans superfícies comercials de forma racional, equilibrada i coherent amb el model de desenvolupament territorial, afavorint la creació de territoris plurifuncionals.
- e) Enfortir l'activitat comercial de la ciutat consolidada, en funció de la seua importància en la millora de la qualitat de vida de la ciutadania, l'equitat social i de la millora del medi ambient urbà.
- f) Promoure la millora dels entorns comercials urbans, recolzar el comerç de proximitat, la protecció dels centres històrics comercials, la millora de les infraestructures comercials tradicionals i la posada en marxa i consolidació de centres comercials urbans.
- g) Salvaguardar el comerç existent en l'espai rural valencià i en àrees de baixa densitat demogràfica i en àmbits en què s'estan produint processos de desertització comercial, per la seua important funció social i de servei en el manteniment de millors condicions de vida de la població resident en aquests àmbits.
- h) Actuar en determinats àmbits, en els quals es produeixen concentracions comercials que presenten condicions urbanístiques o ambientals inadequades que repercuteixen negativament en la sostenibilitat del territori, deteriorenen el paisatge i generen sol·licitacions inassumibles per la xarxa viària.
- i) Reduir l'impacte mediambiental del comerç, estimulants la introducció de millores per part de les pròpies empreses.
- j) Promoure noves formes de governança del territori que permeten posar en pràctica formes innovadores i compartides de planificació i de gestió de les dinàmiques territorials comercials i una major col·laboració entre els agents, les empreses i les administracions públiques.

CAPÍTOL II. Ordenació territorial del comerç

Article 17. 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'autoritacions de caràcter autonòmic per a la implantació d'establiments comercials amb impacte territorial.
3. La conselleria competent en comerç ha de col·laborar 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, s'ha de demanar l'assistència tècnica d'altres departaments competents en aquestes 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 reclassificació o la qualificació de sòls per a la implantació d'activitats comercials, s'ha de requerir l'informe preceptiu de la conselleria competent en matèria de



comerç interior.

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

Article 18. Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana

1. El Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA), formulat en els termes de l'article 16 de la Llei 5/2014, de 25 de juliol, de la Generalitat, d'ordenació del territori, urbanisme i paisatge, estableix criteris, directrius i orientacions territorials per a l'ordenació comercial i definició del model territorial comercial de la Comunitat Valenciana.

2. Els objectius del pla d'acció territorial són els següents:

a) Incrementar la importància del sector comercial detallista en l'economia valenciana.

b) Impulsar la creació de nova ocupació de qualitat en el sector del comerç.

c) Propiciar la diversitat comercial, el servei i la proximitat del comerç a les persones consumidores i usuàries.

d) Fomentar un desenvolupament comercial intel·ligent, sostenible i coherent amb la resta dels instruments i plans urbanístics i territorials.

e) Crear un marc d'actuació més transparent, objectiu i participatiu que facilite la iniciativa empresarial.

f) Reduir la petjada mediambiental del comerç.

g) Estimular el consum responsable entre els persones consumidors i usuàries

3. Els plans urbanístics i territorials han d'adaptar-se al pla d'acció territorial quan es procedisca a la seua formulació, modificació o revisió.

4. La Generalitat, en l'àmbit de les seues competències, i en col·laboració amb la resta d'administracions públiques i actors sectorials implicats, ha d'impulsar l'elaboració dels instruments que, per a la planificació, ordenació i dinamització territorial, es defineixen en el pla d'acció territorial.

5. La Generalitat ha d'establir línies pressupostàries per a l'execució del pla d'actuacions associat al pla d'acció territorial. D'igual forma, ha d'habilitar ajudes econòmiques, tècniques i incentius perquè les empreses i agents territorials puguen desenvolupar actuacions que persegueixen la consecució dels objectius del pla d'acció territorial.

6. El pla d'acció territorial estableix les àrees funcionals comercials i identifica els municipis que desenvolupen les principals funcions comercials en el territori. Les administracions públiques han de considerar aquests àmbits i municipis com a referents en les polítiques de planificació, ordenació, dinamització i gestió del comerç, així com en l'avaluació de l'autorització d'establiments comercials amb impacte territorial.

7. La vigència del pla d'acció territorial és indefinida en tant no es revise. Quan ho siga, s'ha de seguir el procediment legal establert per a la seua aprovació.

Article 19. Normes per al tractament de l'activitat comercial en el planejament urbanístic

1. En la planificació urbanística del sòl destinat a usos comercials s'han de tindre en compte els criteris següents:

a) Procurar-ne la localització preferent 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 desenvolupament 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.

2. El desenvolupament de nou sòl per a usos comercials s'ha de planificar atenent a les demandes reals, previstes o sobrevingudes de la població. La seua dimensió s'ha de fixar en coherència amb les directrius de l'Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana i els criteris establits en la Llei 5/2014, de 25 de juliol, de la Generalitat, d'Ordenació del Territori, Urbanisme i Paisatge. Aquesta dimensió ha de justificarse mitjançant la consideració dels següents criteris:

a) La disponibilitat de sòl qualificat per a ús terciari comercial no desenvolupat o ocupat.

b) La disponibilitat de parcel·les, solars i edificis que poden acollir usos comercials.

c) El nivell de dotació de l'oferta comercial actual en relació a les previsions demogràfiques.

d) Les funcions comercials del municipi en el seu context territorial, en relació a la seua posició dins del Sistema Nodal de Referència Comercial que establisca el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.

e) Les limitacions existents a la implantació d'establiments comercials amb impacte territorial en determinades ubicacions del territori.

f) L'existència de teixits i establiments comercials en desús o obsolets que poden ser requalificats.

g) La consideració dels factors propis d'evolució de l'activitat comercial, cada vegada més basada en la seua digitalització.

h) La consideració del factor temporal, el funcionament del mercat i els possibles efectes especulatius, que han d'evitar-se.

i) L'impacte que el nou desenvolupament comercial pot tenir sobre la funcionalitat dels cascals i centres urbans.

j) La consideració de creixements adaptats a les necessitats i característiques dels municipis integrants del sistema rural.

3. En la valoració de les alternatives de localització de nous sòls que contempen el predomini d'ús terciari comercial, s'han de considerar els següents criteris:

a) Prioritzar el desenvolupament d'usos comercials en les trames consolidades i zones d'expansió confrontants, enfront de les ubicacions periurbanes o suburbanes que afavorisquen processos d'extensió discontinua o ocupacions disperses del territori.

b) Afavorir l'ocupació d'espais urbans vacants a través d'operacions de rehabilitació, reutilització i recuperació d'espais intersticials, degradats, infrautilitzats o obsolets.

c) Evitar zones de risc, àrees fràgils o vulnerables o que posen en perill el manteniment de la integritat de la infraestructura verda del territori.

d) Planificar de forma integrada els usos comercials, els residencials i la mobilitat.

e) Fomentar la barreja i diversitat d'usos i la implantació de nous formats innovadors, amb l'objectiu de diversificar l'oferta immobiliària i comercial, enriquir les funcions urbanes i evitar la multiplicació o repetició d'actuacions similars en el mateix municipi o en altres pròxims.

f) Evitar la desertificació d'espais altament especialitzats en els centres urbans i impulsar la implantació d'usos comercials que puguen afavorir la requalificació i rehabilitació dels centres històrics.

g) Promoure la descongestió d'entorns saturats, on una alta concentració d'usos terciaris produeix fenòmens d'aglomeració, deterioració mediambiental i urbanístic.

h) Considerar la normativa sectorial i les determinacions de la resta de plans urbanístics i territorials en relació als riscos per als béns i les persones, especialment els referits a risc d'inundacions, de lliscaments,



risc sísmic, risc d'accidents en el transport de mercaderies perilloses i risc per incendis forestals.

4. Els plans generals estructurals han de definir el model comercial municipal en coherència amb el model territorial del terme municipal i justificar, en la memòria de sostenibilitat econòmica, la suficiència i adequació del sòl terciari comercial previst i el compliment dels criteris de desenvolupament de nou sòl terciari comercial que arreplega el pla d'acció territorial.

5. En la formulació, modificació o revisió del planejament urbanístic s'ha de contemplar, en la subzonificació del sòl, l'ús destinat a comercial de forma diferenciada dins del sòl terciari, diferenciant entre comerç majorista i minorista, així com el règim de compatibilitats amb altres usos. Per a açò es pot fixar un índex específic d'edificabilitat terciària comercial o un percentatge mínim d'edificabilitat a destinar a usos comercials referit a l'edificabilitat terciària.

6. En tots els sectors que contemplen usos residencials ha d'existir una dotació mínima d'edificabilitat per a ús terciari comercial, preferentment en la planta baixa dels edificis residencials, garantint la creació de comerç de proximitat en les noves trames urbanes. La reserva mínima és la fixada amb caràcter general pel pla d'acció territorial o bé serà definida justificadament en funció del sòl i locals comercials disponibles localitzats a l'entorn de l'actuació i la dotació comercial global de la zona, sempre que puga considerar-se que es compleixen les condicions perquè aqueixa dotació preexistent puga considerar-se de proximitat respecte al nou desenvolupament urbà.

7. La implantació d'usos comercials detallistes en sòl industrial està limitada a aquelles activitats que siguen complementàries a l'activitat productiva o que complisquen les condicions especificades en el pla d'acció territorial.

8. S'atendrà al que disposa el pla d'acció territorial respecte als principis de mobilitat sostenible, la fixació dels estàndards urbanístics, així com les condicions dels aparcaments, de la càrrega i descàrrega de mercaderies, les condicions d'accessibilitat universal i el desenvolupament de plans d'autoprotecció contra riscos. En tot cas, els sòls que poden contenir concentracions comercials o complexos comercials que generen grans fluxos d'usuaris i impactes supramunicipals s'han de desenvolupar, 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 serveis urbans, sense perjudici de les limitacions derivades de la seua visibilitat.

9. S'han d'atendre els criteris generals i particulars d'integració paisatgística, així com a les normes d'integració paisatgística contingudes en el pla d'acció territorial, referides tant a les noves zones comercials, com als edificis comercials i els grans establiments comercials.

10. Els establiments comercials i els espais urbans d'alta concentració comercial han de complir les normes i condicions bàsiques que garantisquen l'accessibilitat i no discriminació en l'accés i ús d'aquests 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 20. Règim excepcional d'autorització autonòmica de projectes comercials amb impacte territorial

1. Amb caràcter general, la instal·lació d'establiments comercials no està 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 pugen generar impactes territorials, s'articula un règim excepcional d'autorització autonòmica de projectes comercials amb impacte territorial.



3. La submissió del projecte al procés d'autorització comercial autonòmica té la següent finalitat:

- a) Avaluar la seua compatibilitat amb els objectius, principis i criteris territorials, ambientals i paisatgístics establits en l'Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana i en el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.
- b) Garantir la seua integració a través de la planificació urbanística i l'adequació del projecte a les determinacions del planejament urbanístic vigent que li siga aplicable.
- c) Comprovar el compliment dels estàndards urbanístics i de dotacions associats al desenvolupament de projectes comercials.
- d) Comprovar la compatibilitat del projecte amb la infraestructura verda i la integritat dels seus processos.
- e) Comprovar que la implantació no afecta o que s'integra adequadament en àmbits protegits o d'especial interès pel seu valor històric-artístic, urbanístic, mediambiental, cultural o paisatgístic, o es localitzen en zones de risc sensibles per al desenvolupament de projectes comercials.
- f) Garantir que la implantació està subjecta a l'existència d'infraestructures que resolen adequadament les necessitats de mobilitat previstes i es compleixen els estàndards mínims de dotació d'aparcament.
- g) Comprovar que el projecte incorpora mesures per a minimitzar o compensar el seu impacte territorial.
- h) Condicionar la implantació a l'adopció de criteris d'ordenació des d'una visió més àmplia que la del municipi que contribuïsquen a una racionalització del desenvolupament territorial i l'optimització dels recursos i infraestructures necessàries per a la instal·lació del nou equipament comercial.

4. Per a qualificar la dimensió de l'equipament comercial es considera la superfície comercial prevista. A aquest efecte, s'entén per superfície comercial dels establiments comercials de caràcter individual o col·lectiu, la superfície total de les àrees o locals on s'exposen els productes amb caràcter habitual i permanent, o els destinats a aquesta finalitat amb caràcter eventual o periòdic, als quals puga accedir el client, així com els aparadors i els espais interns destinats al trànsit de les persones i a la presentació o dispensació dels productes.

Quan aquesta no estiga clarament definida, es considera com a tal el 60 per cent de la superfície construïda prevista de l'establiment, sense considerar accessos i espais destinats a aparcament i magatzematge.

5. Qualsevol actuació subjecta al règim excepcional d'autorització requereix el corresponent instrument de paisatge per a avaluar la incidència d'aquella sobre aquest, excepte quan els instruments urbanístics a què es referix l'apartat 2 de l'article 24 ja l'hagueren incorporat.

Article 21. Classificació dels projectes comercials segons la seua afecció territorial

Els projectes de nova construcció, trasllat, ampliació o canvi d'activitat d'establiments comercials detallistes individuals o col·lectius es classifiquen, segons la magnitud i importància real o potencial de la seua incidència mediambiental, territorial, urbanística, paisatgística, social i sobre el patrimoni històric i cultural, en tres tipus:

1. Tipus 1. Projectes d'establiments comercials sense impacte territorial:

- a) Projectes que suposen la implantació de fins a 5.000 metres quadrats de superfície comercial, localitzats en àmbits declarats com a àrees estratègiques de nova centralitat o oportunitat comercial en aplicació del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.
- b) Projectes que suposen la implantació de fins a 5.000 metres quadrats de superfície comercial, localitzats en els municipis que componen el Sistema Nodal de Referència Comercial i les àrees urbanes integrades de les capçaleres i sots-capçaleres del Sistema Nodal de Referència Comercial del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana, sempre que no se situen en les localitzacions considerades com a sensibles per a la implantació de projectes comercials establides per l'esmentat pla.
- c) Projectes que suposen la implantació de fins a 1.000 metres quadrats de superfície comercial localitzats en altres àmbits.

2. Tipus 2. Projectes d'establiments amb impacte territorial:



- a) Projectes que suposen la implantació d'entre 1.001 i 2.499 metres quadrats de superfície comercial, localitzats fora dels àmbits declarats com a àrees estratègiques de nova centralitat o oportunitat comercial en qualsevol part del territori en aplicació del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.
 - b) Projectes que suposen la implantació d'entre 1.001 i 2.499 metres quadrats de superfície comercial, localitzats fora dels municipis que componen el Sistema Nodal de Referència Comercial i les àrees urbanes integrades de les capçaleres i sots-capçaleres del Sistema Nodal de Referència Comercial del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.
 - c) Projectes que suposen la implantació d'entre 1.001 i 2.499 metres quadrats de superfície comercial que s'ubiquen en les localitzacions considerades com a sensibles per a la implantació de projectes comercials pel Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.
3. Tipus 3. Projectes de grans superfícies comercials amb impacte territorial: la resta dels projectes que suposen la implantació d'una superfície comercial igual o superior a 2.500 m², sempre que siguen compatibles amb el que estableix l'article 24.6.

Article 22. Autorització d'establiments comercials d'impacte territorial

1. Serà preceptiva l'obtenció d'una autorització comercial autonòmica per a:

- a) Els projectes comercials qualificats com Tipus 2, lletra c), i Tipus 3. No serà preceptiva l'obtenció d'autorització per a les noves implantacions d'establiments comercials individuals dins d'establiments comercials col·lectius existents que compten amb una autorització comercial autonòmica.
- b) L'ampliació de la superfície comercial d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, quan com a conseqüència d'aquesta es puga qualificar en el Tipus 2, lletra c), o en el Tipus 3.
- c) L'ampliació de la superfície comercial d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, la superfície del qual ja tinga la qualificació de Tipus 2, lletra c), o Tipus 3, quan l'ampliació, individualment o en conjunt amb altres ampliacions anteriors, supere el 10 per cent de la superfície comercial autoritzada i, en tot cas, quan l'ampliació individual o en conjunt supere els 2.500 metres quadrats.
- d) La modificació substancial de les característiques de funcionament d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, quan es puga qualificar en el Tipus 2, lletra c), o en el Tipus 3.

2. Els projectes a què es refereix l'apartat anterior hauran d'estar firmats per personal tècnic competent d'acord amb la normativa vigent.

3. Reglamentàriament es desenvoluparan el procediment i els requisits exigibles, d'acord amb el que preveu aquesta llei.

Article 23. Declaració responsable

1 Els projectes d'establiments amb impacte territorial, Tipus 2, lletres a) i b), podran substituir el procediment de sol·licitud d'autorització comercial autonòmica per la presentació de declaracions responsables, de conformitat amb el que estableix l'article 69.1 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del Procediment Administratiu Comú de les Administracions Públiques. La declaració responsable ha de contindre una manifestació explícita del compliment dels requisits que siguen exigibles d'acord amb la normativa vigent, incloent-hi, si és el cas, estar en possessió de la documentació que ho acredite i del projecte quan corresponga.

2. Els projectes a què es refereix l'apartat anterior hauran d'estar firmats per personal tècnic competent d'acord amb la normativa vigent.

3. Reglamentàriament es desenvoluparan el procediment i els requisits exigibles, d'acord amb el que preveu aquesta llei.



Article 24. Procediment per a la sol·licitud d'autorització comercial autonòmica

1. La conselleria que tinga la competència en matèria de comerç interior és l'autoritat competent per a resoldre les sol·licituds. La resolució s'adopta per la persona titular de la conselleria, a proposta de la direcció general competent en matèria de comerç interior.
2. Les empreses promotores o operadores comercials interessades han de presentar la sol·licitud d'autorització una vegada produïda i acreditada l'aprovació definitiva i la publicació de tots els instruments urbanístics del planejament necessaris per a poder desenrotllar el projecte que es pretén, exceptuant la reparcel·lació, si escau.
3. A l'efecte de la tramitació simultània amb els procediments municipals, les sol·licituds poden presentar-se davant l'ajuntament corresponent, el qual ha de trametre 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.
4. Reglamentàriament es determinarà 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 amb impacte territorial. Es podrà regular un procediment simplificat per als establiments tipus 2. Els requisits i, si és el cas, els criteris de concessió de l'autorització no poden incloure condicions de naturalesa econòmica.
5. Quan es tracte d'un projecte de gran establiment comercial amb impacte territorial de Tipus 3, s'ha de donar audiència a la resta de municipis situats en l'àrea funcional comercial.
6. No poden obtindre autorització autonòmica els projectes que suposen usos del territori, de recursos, d'infraestructures, o que generen efectes de saturació incompatibles amb els criteris de sostenibilitat que sustenten les mesures d'ordenació contingudes en el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana. Excepte justificació suficient i fefaent en sentit contrari, es consideren incompatibles amb aquests criteris de sostenibilitat els projectes que superen els 120.000 metres quadrats de superfície destinada a ús terciari comercial o a una mescla d'usos terciaris en els quals el terciari comercial supere aquest llindar. Aquest criteri s'aplica tant a establiments individuals com col·lectius sempre que puguen ser considerats a aquest efecte una unitat, així com a parcs comercials, centres comercials, agrupacions d'edificis o desenvolupaments urbanístics en els quals s'entenga que existeix un desenvolupament unitari de l'actuació.

Article 25. Criteris per a la concessió de l'autorització comercial autonòmica

Els criteris que s'han de tindre en compte per a concedir l'autorització comercial autonòmica són els següents:

1. Per a avaluar la seua compatibilitat amb els objectius, principis i criteris territorials, ambientals i paisatgístics establits en l'Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana i en el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana:
 - a) Comprovació del projecte als instruments d'ordenació del territori que, si escau, resulten d'aplicació, sobre la base dels informes recaptats de la conselleria amb competències en matèria de comerç.
 - b) Comprovació de la viabilitat i legalitat ambiental del projecte amb compliment de la normativa vigent en matèria mediambiental, sobre la base dels informes recaptats de la conselleria amb competències en medi ambient.
 - c) Comprovació que el projecte s'ajusta a les determinacions del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.
2. Per a avaluar la integració a través de la planificació urbanística i l'adequació del projecte a les determinacions del planejament urbanístic vigent que li siga aplicable, comprovació, a través de les certificacions municipals, de la viabilitat urbanística, tenint en compte la plena concordança de



l'establiment projectat amb les determinacions establides en el planejament municipal i els instruments de desenvolupament i gestió urbanística i la resta de normes de competència municipal.

3. Per a comprovar el compliment dels estàndards urbanístics i de dotacions associats al desenvolupament de projectes comercials:

a) Comprovació del compliment dels estàndards establits en el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana i normativa urbanística d'aplicació.

b) Comprovació, a través de les certificacions municipals, del compliment dels estàndards urbanístics incorporats en el planejament municipal que li siguen aplicables.

4. Per a comprovar la compatibilitat del projecte amb la infraestructura verda i la integritat dels seus processos, que no afecta o que s'integra adequadament en àmbits protegits o d'especial interès pel seu valor històric-artístic, urbanístic, mediambiental, cultural o paisatgístic, o es localitzen en zones de risc sensibles per al desenvolupament de projectes comercials, comprovació de la compatibilitat territorial sobre la base dels informes emesos per les conselleries amb competències en urbanisme, territori, medi ambient, paisatge i cultura.

5. Per a garantir que la implantació està subjecta a l'existència d'infraestructures que resolen adequadament les necessitats de mobilitat previstes i es compleixen els estàndards mínims de dotació d'aparcament.

a) Comprovació que la implantació està subjecta a l'existència d'infraestructures que resolen adequadament les necessitats de mobilitat previstes sobre la base dels informes de la conselleria amb competències en mobilitat i transport, de les administracions amb competències en carreteres i de l'ajuntament on es vaja a realitzar la implantació.

b) Comprovació de compliment dels estàndards mínims d'accessibilitat, mobilitat i infraestructures logístiques establides en aquesta norma i en la resta de legislació que li siga aplicable.

6. Per a comprovar que el projecte incorpora mesures per a minimitzar o compensar el seu impacte territorial:

a) Comprovació de l'adopció de mesures positives previstes per la persona promotora encaminades a la sostenibilitat ambiental, la gestió de residus, la incorporació de mesures d'eco-disseny en l'edifici, qualitat acústica, la utilització de fonts d'energies renovables per al proveïment i el consum energètic, així com l'ús racional de l'energia i l'aigua.

b) Comprovació de compromisos adquirits per la persona promotora per a reduir o compensar la petjada ecològica generada per la nova implantació comercial.

7. Per a comprovar que la implantació adopta criteris d'ordenació des d'una visió més àmplia que la del municipi, que contribuïsquen a una racionalització del desenvolupament territorial i l'optimització dels recursos i infraestructures necessàries per a la instal·lació del nou equipament comercial.

a) Avaluació de la incidència del projecte en les dinàmiques i fluxos comercials que condicionen l'equilibri territorial i la integració de l'establiment en el seu entorn territorial.

b) Repercussió de la nova implantació en els índexs orientatius màxims de superfície comercial en l'àmbit que corresponga, establits en el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.

Article 26. Resolució administrativa

1. Les sol·licituds s'han de resoldre motivadament, sobre la base dels criteris tècnics establits en l'article 25. La resolució pot atorgar o denegar la sol·licitud, o bé atorgar-la condicionant-la al compliment de prescripcions. La resolució ha de contindre una exposició dels fets que resumeixca les principals fites del procediment incloent els resultats de les consultes, així com de les determinacions, mesures o condicions finals que hagen d'incorporar-se en el projecte que finalment s'aprove.

2. La resolució per a l'obtenció de l'autorització comercial autonòmica s'ha d'adoptar en el termini màxim de tres mesos, per als projectes tipificats en el Tipus 2, i de sis mesos per als projectes tipificats en el Tipus

3. Transcorregut aquest termini sense haver recaigut una resolució expressa, s'entendrà aprovada la



sol·licitud d'autorització comercial per silenci administratiu. En canvi, el silenci administratiu s'entendrà negatiu respecte de les sol·licituds de projectes situats en les localitzacions considerades com a sensibles per a la implantació de projectes comercials pel Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana. El termini no comença a córrer fins al moment en què la sol·licitud, amb tota la documentació que resulte preceptiva, haja tingut entrada al registre electrònic de la conselleria competent per a la seua tramitació, segons el que estableix l'article 21 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.

3. La vigència de l'autorització comercial autonòmica te caràcter indefinit. Sense perjudici de l'anterior, l'autorització concedida està supeditada al desenvolupament del projecte comercial per als paràmetres definitoris i avaluació d'impactes que van servir per a la seua aprovació.
4. L'obtenció de l'autorització comercial està subjecta al pagament del tribut que en cada moment establisca la legislació autonòmica reguladora d'aquesta matèria.
5. L'autorització comercial autonòmica és preceptiva i prèvia a l'atorgament de les llicències municipals, tot i que poden tramitar-se conjuntament. Seran nul·les de ple dret les llicències municipals d'edificació i ús del sòl i d'activitat atorgades per a la instal·lació, ampliació o trasllat d'establiments comercials que precisant autorització comercial autonòmica hagen estat atorgades sense ella.

Article 27. Caducitat de l'autorització comercial autonòmica

1. L'autorització comercial autonòmica atorgada s'entén caducada en el cas que les obres d'instal·lació de l'establiment comercial projectat no s'iniciaren en el termini de díhuit 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 ha 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 requerix 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 dels projectes d'obres i instal·lacions establits pels ajuntaments foren superiors.
3. La concessió de pròrroga està subjecta al pagament de la taxa que en cada moment establisca la legislació autonòmica reguladora d'aquesta matèria.

CAPÍTOL IV. Dinamització i millora d'entorns comercials urbans

Secció primera. Suport i planificació

Article 28. Suport al comerç urbà

La Generalitat ha d'instrumentalitzar 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, tot incloent el comerç tradicional de barri.
4. Promoure i orientar les inversions públiques i privades en aquests espais urbans. Especialment les dirigides a la protecció i foment del comerç tradicional dels barris i poble.
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 i socials, sense perjudici



de les competències atribuïdes a cadascuna.

Article 29. Plans d'acció comercial i plans directors de comerç

1. La Generalitat ha d'impulsar i donar suport a la realització de plans d'acció comercial de caràcter municipal i plans directors 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 propostes tendents a la millora del comerç detallista.
2. El contingut dels plans s'ha d'adequar a les característiques dels municipis i dels àmbits analitzats i ha 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, cal articular mecanismes que possibiliten la participació de les associacions empresarials del comerç, les cambres oficials de comerç, indústria, serveis 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 ha d'establir el contingut mínim d'aquests plans i definir línies d'ajuda i cofinançament per a donar suport a la seua realització i execució posterior.
5. Els plans que compten amb finançament de la Generalitat han de ser accessibles al conjunt d'agents, operadores i ciutadania una vegada finalitzats, especialment mitjançant l'ús de les noves tecnologies de la informació.

Article 30. Projectes d'urbanisme comercial

1. La Generalitat ha de donar 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 han de promoure 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 s'han de desenvolupar preferentment en àmbits que presenten una gran vitalitat comercial, i la delimitació de l'àmbit d'actuació ha d'estar justificada d'acord amb la caracterització funcional, singularitat urbana i incidència i contribució del projecte a la revitalització de l'activitat econòmica de la zona.
Igualment, també s'han de desenvolupar en aquelles zones on el comerç tradicional té més presència, especialment les tendes de barri, i afavorir el seu teixit comercial.
4. Els projectes d'urbanisme comercial han 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 31. Centres comercials urbans

1. Tenen 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 desenvolupen 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 ha de respondre 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 32. 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, ha d'impulsar:

1. La realització de plans de millora urbana en els centres històrics de caràcter comercial, a través de programes i projectes d'urbanisme i desenrotllament comercial. A aquest efecte, la conselleria ha d'establir les condicions històriques, comercials i urbanístiques necessàries per a tenir aquesta 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'ha d'estimular 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 urbano-comercials 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 de les persones consumidores.

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

Secció segona. Àrees de promoció econòmica urbana

Article 33. Àrees de promoció econòmica urbana

1. Les àrees de promoció econòmica urbana (APEU) són zones d'un municipi, prèviament delimitades geogràficament, on es desenvolupen activitats econòmiques, de pertinença obligatòria per als locals amb accés directe des de la via pública ubicats dins del seu àmbit, en les quals està prevista l'execució d'un pla d'actuació que s'ha d'adequar a les finalitats d'interès general següents:

a) Modernitzar i promoure determinades zones urbanes.

b) Millorar la qualitat de l'entorn urbà mitjançant actuacions sostenibles.

c) Consolidar el model de ciutat compacta, complexa i cohesionada i mediambientalment sostenible.

d) Incrementar la competitivitat de les empreses i afavorir la creació d'ocupació.

No obstant l'anterior, quan la zona on es desenvolupen activitats econòmiques comprega dos o diversos municipis, també es podrà establir una APEU que comprega la totalitat de la zona.

2. Les APEU són gestionades per associacions de naturalesa privada, sense ànim de lucre, amb personalitat jurídica pròpia, constituïdes per les persones titulars, per qualsevol títol vàlid en Dret, del dret de possessió dels locals amb accés directe des de la via pública. Aquestes entitats, pel que fa a la seua organització o activitat, s'han de subjectar al que disposa aquesta llei i les normes de dret públic i privat que els siguen d'aplicació. El seu objecte és la gestió, mitjançant la col·laboració públic-privada, de serveis a les empreses d'aquestes àrees i per a la seua clientela, així com per a la dinamització i millora dels seus entorns urbans.



3. Els ajuntaments poden establir contraprestacions econòmiques obligatòries o quotes per al finançament de les APEU, les quals tenen la condició de prestacions patrimonials de caràcter públic no tributari, conforme el que preveu l'article 31.3 de la Constitució Espanyola.

Article 34. Constitució de les àrees de promoció econòmica urbana

1. Els agents econòmics d'un àrea urbana prèviament delimitada, amb una alta densitat comercial, poden impulsar i constituir àrees de promoció econòmica urbana (APEU).

Formen part de l'APEU tots els locals de negoci, a peu de carrer, que es troben en la zona delimitada. Poden excloure's determinades activitats, motivadament, sempre que no siguin rellevants en la determinació del seu atractiu o no resulten beneficiades dels objectius i activitats previstes en la seua creació.

2. Per a la seua constitució, les APEU han de reunir els següents requisits:

a) Delimitació territorial específica.

b) Límit temporal, que estarà entre els tres i els cinc anys.

c) Suport explícit de la majoria de les persones titulars del dret de possessió dels locals comercials dedicats a les activitats econòmiques en l'APEU.

d) Procés democràtic i transparent de creació amb àmplia participació pública dels agents econòmics afectats.

e) Confeció d'un pla estratègic d'actuació i un pressupost per als anys previstos de funcionament.

f) Aprovació d'un conveni de col·laboració amb l'Ajuntament o ajuntaments corresponents..

3. Reglamentàriament es determinarà a qui correspon la iniciativa i el procediment per a la constitució de les àrees de promoció econòmica urbana (APEU), així com de les seues funcions, finançament, organització, funcionament i possibles pròrrogues dels APEU i de les seues entitats gestores.

TÍTOL IV. Vendes fora d'establiment comercial

CAPÍTOL I. Venda no sedentària

Article 35. Concepte

1. Es considera venda no sedentària la realitzada per comerciants, fora d'un establiment comercial permanent, de forma habitual, ocasional, periòdica o continuada en els perímetres o llocs degudament autoritzats en instal·lacions comercials desmuntables o transportables.

2. Es considera venda ambulat la modalitat de venda no sedentària efectuada en ubicació mòbil, de manera i amb mitjans que permeten a la persona que exerceix la venda oferir la seua mercaderia de forma itinerant i detenir-se en distints 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 desenvolupar-se sobre sòls de propietat o titularitat privada.

Article 36. Objecte de la venda

Excepte prohibició expressa en la normativa vigent, tots els productes poden ser objecte de venda no sedentària, sempre que complisquen la normativa tècnic-sanitària i de seguretat.

Article 37. Autorització

1. Per a cada emplaçament concret i per a cada una de les modalitats de venda no sedentària que la persona comerciant es propose exercir, aquesta ha de disposar d'autorització, que és atorgada per l'ajuntament



respectiu.

2. Correspon 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), han de procurar 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, quan el nombre d'autoritzacions disponibles siga limitat a causa de l'escassetat de sòl habilitat a aquest efecte, la duració d'aquestes no pot ser per temps indefinit, però ha de permetre, en tot cas, l'amortització de les inversions i una remuneració equitativa dels capitals invertits. Les autoritzacions seran renovables.

4. El procediment per a la selecció entre les possibles candidatures ha 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 dóna lloc a un procediment de renovació automàtica, ni comporta cap altre tipus d'avantatge per al prestador o prestadora cessant o les persones que estiguen especialment vinculades amb ell o ella.

Article 38. Identificació

Qui realitze venda no sedentària ha 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 39. Ordenances municipals

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

- a) Els perímetres o llocs determinats, públics o privats, on es pot realitzar la venda no sedentària.
- b) El procediment i els criteris considerats per a l'autorització de la venda no sedentària i que han d'atendre, en particular, als interessos de les persones consumidores i de la ciutadania, com la mobilitat i l'adequada prestació dels serveis 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 poden preveure la regulació de la venda directa per les persones dedicades a l'agricultura i la ramaderia 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.

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

CAPÍTOL II. Altres tipus de venda fora d'establiment comercial

Article 40. Règim jurídic

1. Les modalitats de venda fora d'establiment comercial que tot seguit s'allisten es regeixen per la legislació estatal que siga aplicable, i en particular per la següent:

- a) Venda a distància, per la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, la Llei 34/2002, d'11 de juliol, de Serveis 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.

b) Venda domiciliària, pel Reial Decret Legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual s'aprova el Text Refós de la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris, i altres lleis complementàries.

Per a la pràctica de la venda domiciliària, qui efectue la venda ha de mostrar a les persones consumidores 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.

c) Venda automàtica, per la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista.

d) Subhasta pública, pel procediment de contractació així definit pel 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, i per la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, i la resta de normativa aplicable.

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

2. La venda piramidal es prohibeix, d'acord amb la Llei 3/1991, de 10 de gener, de Competència Deslleial.

TÍTOL V. Vendes promocionals

CAPÍTOL I. Disposicions generals

Article 41. Concepte

1. Als efectes de la present llei, es considera venda promocional qualsevol oferta capaç d'influir en la presa de decisions de mercat de les persones consumidores 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. Tenen la consideració de vendes promocionals, als efectes d'aquesta llei, les vendes de saldos o en liquidació, encara que no necessàriament comporten l'ofertament d'un incentiu a les persones consumidores.

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

CAPÍTOL II. Obligacions d'informació

Article 42. Informació sobre limitacions essencials

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

En particular, s'ha d'informar sobre les següents limitacions:

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

2. Limitacions temporals: l'empresa anunciant ha d'informar sobre la duració de l'oferta promocional, i indicar de manera intel·ligible, visible i llegible, la data de començament i de finalització, tant en els establiments com en la pàgina web o xarxes socials associades a l'empresa, en cas d'existir.

3. Limitacions qualitatives: en cas d'ofertes promocionals de productes les característiques dels quals no es corresponen amb les habituals, s'ha d'informar sobre eixa circumstància, en especial en el supòsit de vendes de saldos.



Article 43. Bases de la promoció

1. Les condicions essencials de la venda promocional han d'incorporar-se a la publicitat d'aquesta. No obstant això anterior, en el cas que hi haguera un altre tipus de condicions secundàries s'ha de:
 - a) Fer referència a l'existència d'aquestes condicions de forma clara i suficient en l'esmentada publicitat.
 - b) Posar-les a disposició de les persones destinatàries en el punt de venda.
 - c) Facilitar-les en un suport durador a qui les sol·licite, i, en tot cas, a qui manifeste 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, han 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 44. Pluralitat d'ofertes promocionals en un establiment

1. La venda promocional d'un nombre limitat de productes o serveis oferits en un establiment no pot causar en les persones consumidores la imatge que són tots o la majoria dels productes o serveis de l'establiment els que s'oferixen en condicions avantatjoses.
2. Només pot anunciar-se una venda promocional com a general en tot l'establiment quan incloga almenys la meitat dels productes o serveis oferits.
3. En tot cas, han de separar-se suficientment els productes o serveis objecte de la promoció d'aquells oferits en condicions habituals, així com distingir, de forma clara, entre els distints tipus de vendes promocionals.

Article 45. Pluralitat d'establiments participants en una oferta promocional

1. Només pot anunciar-se una venda promocional com a general per a una agrupació o cadena d'establiments quan siga seguida, almenys, per dos terços dels seus establiments.
2. En la publicitat s'ha d'advertir de manera clara, en tot cas, que les esmentades promocions no s'oferixen en tots els establiments, amb especificació dels inclosos o els exclosos. A més, en l'exterior dels establiments s'ha d'informar, de forma clara i destacada, sobre la seua participació en la promoció.

Article 46. Informació sobre la quantia de la reducció

1. Sempre que s'oferisquen articles amb reducció de preu, ha 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 aquest cas ha d'aparèixer el preu de venda al públic que serà l'habitual una vegada finalitzi la promoció.
S'entén 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 el termini és de set dies.
2. No pot utilitzar-se un preu fictici com a referència del preu habitual. En particular, es considera 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 coincidisca amb el preu habitual aplicat en l'esmentat establiment, almenys trenta dies durant els últims sis mesos, excepte en el cas de



productes peribles, per als quals el termini és de set dies, o en les ofertes d'un grup de comerços, 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 serveis i oferisquen reduccions de preu de quantia variable poden anunciar-se mitjançant expressions «des de» o «fins a» un percentatge o quantia determinada, sempre que eixe percentatge o quantia, siga real i no constituïska un supòsit excepcional que pugua portar les persones destinatàries a conclusions errònies sobre l'abast de la reducció de preus.

Es presumeix que constituïx un supòsit excepcional que pot portar a error les persones destinatàries quan el percentatge o la quantia esmentades en la publicitat mitjançant les expressions «des de» o «fins a» no abaste, almenys, el 50 per cent dels productes o serveis oferits.

CAPÍTOL III. Vendes en rebaixes

Article 47. Concepte

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

Article 48. Temporada de rebaixes

1. Els períodes i la duració de la venda en rebaixes són lliures, d'acord amb la decisió de cada comerç.

2. Les dates elegides, d'inici i final de rebaixes, s'han d'exhibir en els establiments comercials tant en un lloc visible al públic com en la seua pàgina web o xarxes socials associades a l'empresa, en cas d'existir, almenys des del començament al final de la venda promocional.

Article 49. Requisits específics

1. No pot anunciar-se la venda en rebaixes per a un establiment comercial quan aquesta no afecte almenys la meitat dels productes oferits.

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

3. No poden 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 50. 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 desenrotllament d'un o de diversos comerços o establiments.

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

Article 51. Descomptes en espècie

1. S'entén per descompte en espècie qualsevol promoció publicitària consistent en l'oferiment d'una prestació addicional de la mateixa naturalesa que la prestació principal. En particular, constituïxen 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 pot defraudar les expectatives creades en les persones destinatàries 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 52. Concepte

1. Amb la finalitat de promoure les vendes, pot oferir-se a les persones compradores un altre producte o servei gratuït o a preu especialment reduït, ja siga de 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 poden oferir-se obsequis o regals amb fins publicitaris ni organitzar-se pràctiques comercials anàlogues quan, per les circumstàncies en què s'efectuen, posen a la persona consumidora en el compromís de contractar la prestació principal.

Article 53. Requisits

1. En les vendes amb obsequi, en les quals el lliurament de la prestació addicional se supedita al canvi d'un o, normalment, diversos cupons, vals, segells i altres documents incorporats a la prestació principal, s'ha de donar a conèixer amb precisió l'objecte de l'obsequi i les condicions d'obtenció.
2. Les bases per les quals es regeixen els concursos, sorteigs o semblants, han 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 a les persones destinatàries en els termes assenyalats en l'article 45. En la publicitat ha de fer-se menció expressa de l'existència d'aquestes bases, així com del procediment per a l'obtenció.

Les esmentades bases han d'incloure 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 el cas en què es reduïska significativament la possibilitat d'aconseguir el premi.

Article 54. Lliurament dels obsequis

1. Els béns o serveis en què consistisquen els obsequis o incentius promocionals han de lliurar-se a les persones compradores en el termini màxim de tres mesos, a comptar des del moment en què la persona compradora reunisca els requisits exigits.
2. Quan l'ofertament s'haja fet en els envasos dels corresponents productes, s'ha d'advertir 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 55. Regulació d'ofertes conjuntes

1. En l'oferta conjunta de diferents productes o serveis, de dues o més classes, com a unitat de contractació que es presente al públic com a oferta promocional, la persona consumidora ha de beneficiar-se d'una reducció de preu que, per al cas que els productes o serveis pogueren adquirir-se de forma separada, resulte de la confrontació del seu preu global amb els preus de cada producte o servei individual.
2. Quan els productes o serveis s'ofereixen habitualment per separat, ha de mantenir-se la possibilitat de l'adquisició individualitzada.

CAPÍTOL VI. Vendes en liquidació

Article 56. Règim jurídic

La venda en liquidació es regeix per la legislació estatal que siga aplicable, i en particular per la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Detallista, o norma que la substituesca.



CAPÍTOL VII. Vendes de saldos

Article 57. 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'aquests, sense que un producte tinga aquesta consideració pel sol fet de ser un excedent de producció o de temporada.
2. L'oferta i realització de venda de saldos pot fer-se quan es tracte de productes que no es puguem 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 a les persones compradores i que es venguen efectivament a preus inferiors als habituals.

Article 58. Requisits

La venda de saldos ha de complir els requisits següents:

1. Excepte en els establiments dedicats exclusivament a aquesta modalitat de venda, els articles objecte de la venda de saldos han d'haver format part de les existències del comerç 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 s'ha de fer separant-los clarament de la resta de productes de l'establiment comercial.
3. Les vendes de saldos s'han d'anunciar necessàriament com a «saldos», «restes» o expressió semblant.
4. Quan es tracte d'articles deteriorats o defectuosos, ha de constar aquesta circumstància de manera precisa i ostensible.

Article 59. Establiments dedicats permanentment a la venda de saldos

1. Per a la venda de saldos amb caràcter habitual i permanent, l'establiment comercial ha d'estar dedicat principalment a aquest tipus de vendes. En l'exterior de l'establiment s'ha d'indicar clarament la seua activitat i informar-ne de manera destacada sobre la naturalesa en el rètol de l'establiment.
2. Aquests establiments poden saldar articles aliens i articles adquirits específicament amb la finalitat de ser venuts com a saldos o restes.

Article 60. 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, pot efectuar-se i anunciar-se sota la denominació d'«outlet», «factory» o botigues o centres de fabricant, tant en establiments dedicats exclusivament a aquest tipus de venda com en seccions d'un establiment. En aquest segon cas, han d'estar clarament diferenciades de la resta d'articles de l'establiment. En qualsevol cas, l'oferta s'ha de realitzar aplicant una reducció evident del preu de mercat.

CAPÍTOL VIII. Oferta de venda directa

Article 61. Veracitat de l'oferta

Queda prohibit que qui vengua invoque la seua condició de fabricant o majorista en l'oferta al públic de mercaderies de qualsevol tipus, 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 comerços detallistes.
2. Que els preus oferits siguin els mateixos que aplica a altres comerços, majoristes o detallistes, segons els casos.



TÍTOL VI. Governança

CAPÍTOL I. Qualitat en l'acció pública

Article 62. Compromís de qualitat amb la ciutadania

La Generalitat ha de garantir 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 de la ciutadania a la informació i als serveis per mitjans electrònics.

Article 63. Foment de la qualitat en la prestació dels serveis

La Generalitat ha d'impulsar 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 fomentar que les prestadores de serveis comercials establides a la Comunitat Valenciana, o qui els oferisca en règim de lliure prestació de serveis hi procuren un alt nivell de qualitat.

CAPÍTOL II. Descentralització administrativa i funcional

Article 64. Proximitat de la gestió

1. La Generalitat ha de garantir 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 a la ciutadania, 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 serveis.

2. La Generalitat ha de facilitar l'aproximació a la ciutadania 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 en el territori 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 65. Cambres oficials de comerç, indústria, serveis 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, serveis i navegació, la Generalitat pot encomanar o delegar en estes altres competències que aproximem l'administració a la ciutadania i contribuïsquen a la promoció i defensa dels interessos generals del comerç.

CAPÍTOL III. Participació ciutadana

Article 66. Participació en l'acció pública

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

Article 67. 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



actua 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, s'establirà reglamentàriament.

Article 68. Consells locals de comerç

Les entitats locals poden 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 la representació del sector comercial i les institucions públiques i privades.

Article 69. Potenciació de la participació dels agents del sector

1. La Generalitat ha de potenciar les accions de promoció, dinamització, formació i assistència al comerç, i promoure polítiques dirigides a l'enfortiment del teixit associatiu comercial, la seua professionalització i el seu reconeixement social mitjançant la col·laboració amb les associacions empresarials i amb les cambres oficials de comerç, indústria, serveis i navegació, d'acord amb el marc establert en la Llei 3/2015, de 2 d'abril, de la Generalitat, de Cambres Oficials de Comerç, Indústria, Serveis i Navegació de la Comunitat Valenciana.

2. La Generalitat ha d'intensificar 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 70. Acció pública de foment

La Generalitat ha de dinamitzar l'activitat comercial sostenible, eficient i responsable, 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 71. Finalitats de l'actuació pública

La Generalitat ha de promoure, 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, indústria, serveis i navegació 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 de les persones comerciants, directives i empleades a les necessitats del mercat i donant suport a les emprenedores 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, particularment en l'atenció a les persones



consumidores i usuàries.

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.

11. Protegir i promocionar el comerç tradicional i el teixit social que conformen les xicotetes i mitjanes empreses que en formen part, com a agents de vertebració de municipis i barris.

12. Afavorir el relleu generacional del comerç tradicional.

Article 72. 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 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 73. Impuls a la formació comercial

1. La Generalitat, en l'exercici de les seues competències, ha d'impulsar la creació de centres o instituts d'investigació i coneixement comercial, en els quals es desenvolupe, en col·laboració amb les cambres oficials de comerç, indústria, serveis 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 incidisca en el desenvolupament i la gestió del territori i el comerç valencià, facilitant així l'acostament a l'empresariat del comerç de la informació i l'assessorament en matèria comercial.

2. En l'àmbit de la formació comercial, la Generalitat ha de col·laborar amb les cambres oficials de comerç, indústria, serveis i navegació i amb els distints 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 74. Comerç sostenible i responsable

La Generalitat ha de promoure el comportament socialment responsable de les empreses que contribuïsca 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 75. Cooperació

La conselleria competent en matèria de comerç ha de promoure la cooperació interempresarial i entre els agents econòmics i socials i participar 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 76. Fires comercials

Als efectes d'esta llei, es consideren fires comercials aquelles manifestacions comercials que es desenrotllen en el territori de la Comunitat Valenciana i tinguen com a finalitat l'exposició o mostra de béns i serveis, 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.

Aquestes manifestacions comercials han 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 77. Àmbit d'aplicació

El que disposa aquest capítol no s'aplica 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 serveis socials, llevat que es dirigisquen 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.
5. Els certàmens ramaders, que estan sotmesos a la seua legislació específica.

Article 78. Supervisió de les fires comercials

La Generalitat ha de vetlar per la promoció i la qualitat dels certàmens firals que se celebren a la Comunitat Valenciana i fixar les condicions i els requisits que han de complir estos, així com, si és el cas, les entitats organitzadores.

Article 79. Classificació i promoció de les fires comercials

1. Amb independència d'altres classificacions basades en les característiques de l'oferta a exposar, les fires comercials es poden classificar en fires comercials oficials i fires-mostres comercials. La classificació i la resta de característiques d'aquests certàmens firals es determinaran reglamentàriament.
2. La Generalitat ha de promocionar les fires comercials oficials que servisquen els interessos generals de la Comunitat Valenciana, tant de forma directa com indirecta. A tal fi, es declara servei d'interès general autonòmic la promoció de fires comercials oficials.

TÍTOL VII. Règim d'infraccions i sancions

CAPÍTOL I. Infraccions

Article 80. 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 desenvolupament.
2. Les infraccions a les normes d'esta llei són objecte de sancions administratives, prèvia instrucció del corresponent expedient sancionador, iniciat d'ofici o per denúncia.

De l'expedient iniciat s'ha de donar 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, i sobre la protecció i defensa dels drets de les persones consumidores.

3. Les infraccions es classifiquen en lleus, greus i molt greus.

Article 81. Infraccions lleus

Té la consideració d'infracció lleu l'incompliment de les obligacions d'informació, requisits i prohibicions establides per aquesta llei i les seues normes de desenvolupament, que no estiguen tipificades com a greus o molt greus, i en particular:

1. La realització d'ofertes comercials amb incompliment de les condicions establides en la present llei.
2. L'exercici simultani d'activitats de venda majorista i detallista sense mantenir-les degudament diferenciades.
3. La superació de l'horari màxim d'obertura setmanal establert o que es tinga autoritzat.
4. 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.
5. L'exercici de la venda no sedentària incomplint l'obligació d'identificació.
6. La venda automàtica realitzada per mitjà de màquines expenedores que no incorporen la informació exigida o no complisquen la normativa tècnica exigida.
7. L'incompliment de les obligacions d'informació en la venda en subhasta.
8. Les vendes promocionals que incomplisquen:
 - a) Les disposicions sobre les bases de la promoció en el cas que en la publicitat o per altres mitjans s'hi faça referència.
 - b) Els requisits exigits en cas de pluralitat d'ofertes promocionals en un establiment.
 - c) Els requisits exigits en cas de pluralitat d'establiments participants en una oferta promocional.
9. L'incompliment en les promocions per mitjà de reduccions de preu:
 - a) De la regulació de les rebaixes.
 - b) De la regulació dels descomptes en espècie.
10. L'incompliment de la normativa sobre vendes amb obsequi.
11. Realitzar vendes promocionals amb incompliment dels requisits legalment establerts.
12. La negativa o resistència 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.
13. En general, l'incompliment de les normes i condicions de venda o subministrament, establides en esta llei, quan constituïsquen simples inobservances que no tinguen transcendència econòmica.

Article 82. Infraccions greus

Tenen la consideració d'infraccions greus les següents:

1. La reincidència en la comissió d'infraccions lleus quan s'incórrega en el quart supòsit sancionable de la mateixa naturalesa.
2. Exercir una activitat comercial sense autorització prèvia en cas que esta siga preceptiva, o no realitzar les comunicacions o notificacions a l'administració comercial exigides per la normativa vigent.
3. 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 comerços 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.
4. La realització d'activitats comercials en diumenges i festius en els casos no autoritzats.
5. L'incompliment de l'obligació d'informar en les vendes promocionals sobre les limitacions essencials de



l'oferta de caràcter qualitatiu.

6. La inobservança de la legislació sobre venda a pèrdua.
7. Realitzar o oferir vendes en liquidació fora dels casos legalment establits.
8. La venda de productes deteriorats o defectuosos sense informar-ne clarament i suficientment en la venda de saldos.
9. 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.
10. La venda de productes que no formen part de les existències en la venda de saldos i en liquidació.
11. Anunciar vendes directes de fabricant o majorista amb incompliment dels requisits establits respecte d'això.
12. En general, l'incompliment de les normes i condicions de venda o subministrament, establides en esta llei, quan, tot i que es tracte de simples inobservances, tinguen transcendència econòmica.
13. L'incompliment del requeriment efectuat per les autoritats competents o els seus agents de cessar l'activitat infractora.
14. L'alteració unilateral posterior d'algun dels requisits que van fonamentar la concessió de les autoritzacions establides per la present llei.

Article 83. Infraccions molt greus

Es considera 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 84. Prescripció de les infraccions

Les infraccions molt greus prescriuen als tres anys, les greus als dos anys i les lleus als sis mesos. Aquests terminis es compten a partir de la comissió del fet sancionable, o de la finalització del període de comissió si es tracta d'infraccions continuades.

CAPÍTOL II. Sancions

Article 85. Tipus i quantia

1. Les infraccions lleus se sancionen amb advertència o multa de fins a 6.000 euros, i requeriment de cessar l'activitat infractora.
2. Les infraccions greus se sancionen amb multa de 6.001 euros fins a 60.000 euros, i requeriment de cessar l'activitat infractora.
3. Les infraccions molt greus se sancionen amb multa de 60.001 euros fins a 600.000 euros, i requeriment de cessar l'activitat infractora.
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 pot 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 pot 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 86. Prescripció de les sancions

Les sancions imposades per les infraccions molt greus prescriuen als tres anys, les greus als dos anys i les lleus als sis mesos, comptats a partir de la fermesa de la resolució sancionadora.

Article 87. Òrgans competents

1. Les infraccions se sancionen 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 correspon al Consell, que pot ordenar la publicació de la sanció en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana.
2. Les infraccions en matèria de venda no sedentària se sancionen pels ajuntaments d'acord amb el que disposen les seues ordenances, i, si de cas hi manquen, d'acord amb el que estableix aquesta llei.

Article 88. 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, s'ha de tindre 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 ADDICIONALS

Primera. Zones acústicament saturades

En el supòsit que els ajuntaments, d'acord amb la legislació aplicable al respecte 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 aquesta llei, les infraccions en l'esmentada matèria se sancionen pel mateix ajuntament, d'acord amb el que disposen les seues ordenances o, si de cas hi manquen, la legislació vigent en matèria de soroll.

Segona. Normes relatives a la protecció de les persones consumidores

1. Les qüestions relatives a la protecció de les persones consumidores que es relacionen tot seguit es regulen pel Reial Decret Legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris i altres lleis complementàries, i el Decret Legislatiu 1/2019, de 13 de desembre, del Consell, d'aprovació del text refós de la Llei de l'estatut de les persones consumidores i usuàries de la Comunitat Valenciana, o normes que els substituesquen:

- a) La inclusió de clàusules abusives en les condicions de l'oferta comercial.
- b) Les obligacions del comerç de facilitar tota la informació substancial que necessite la persona consumidora mitjana per a prendre una decisió relativa al seu comportament econòmic amb el corresponent coneixement de causa.
- c) Les obligacions del comerç sobre l'expedició de documentació.
- d) L'obligació del comerç d'informació a la persona consumidora i usuària del dret de desistiment.
- e) Les garanties que els comerços han d'oferir a les persones consumidores i usuàries.
- f) Les pràctiques relatives a la publicitat dels preus.



2. Les qüestions relatives a la protecció de les persones consumidores respecte de les ofertes de vendes a terminis es regulen per la Llei 16/2011, de 24 de juny, de contractes de crèdit al consum, o norma que la substituesca.

Tercera. Informe preceptiu

En els procediments que incoen els departaments de la Generalitat i la resta d'ens públics i privats dependents o vinculats a ella, d'elaboració de disposicions de caràcter general, d'aprovació de convenis, convocatòries d'ajudes o subvencions i la resta de procediments administratius en què siguen destinatàries, beneficiàries o parts interessades qualssevol de les entitats firals de la Comunitat Valenciana, o bé qualsevulla fira comercial oficial, és preceptiva la prèvia posada en coneixement a la conselleria competent en matèria de coordinació de les fires comercials.

Quarta. Remissions normatives.

Les referències efectuades en altres disposicions a les normes que es deroguen mitjançant aquesta llei, s'han d'entendre fetes als preceptes corresponents d'aquesta.

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 establits en l'article 25 de la llei i en els principis establits per la legislació valenciana en les matèries d'ordenació del territori, urbanisme i protecció del medi ambient, particularment l'Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana i la Llei 5/2014, de 25 de juliol, de la Generalitat, d'Ordenació del Territori, Urbanisme i Paisatge.

Segona. Zones de gran afluència turística

1. Les zones de gran afluència turística que estaven declarades en el moment de l'entrada en vigor d'aquesta llei mantenen la vigència en els termes de l'article 15.6.
2. Les zones de gran afluència turística que tinguen declarat un període estacional corresponent a la Setmana Santa i Pasqua o al període estival, i que en el moment de l'entrada en vigor de la Llei 3/2018, de 16 de febrer, de la Generalitat, per la qual es modifiquen els articles 17, 18 i 22, i la disposició transitòria quarta, de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana, són Alcalà de Xivert, Almenara, Altea, Benicarló, Benicàssim, Benidorm, Benissa (excepte la costa), el Poble Nou de Benitatxell, el Campello, Calp, Canet d'en Berenguer, Xella, Xiva, Cullera, Daimús, Dénia, Elx (l'Altet, la Marina i els Arenals), Gandia (platges i el Grau), Gata de Gorgos, Gilet, Guardamar del Segura, Xàbia, Massalfassar, Miramar, Moncofa, Montserrat, Nàquera, La Nucia, Oliva (litoral), Ondara, Orpesa, Pedreguer, Peníscola, Picassent, el Pilar de la Foradada (excepte la costa), Piles, la Pobla de Farnals (platja), Els Poblets, Real, Rojals, Sagunt, Sant Fulgenci, Sant Mateu, Santa Pola, Sogorb, Tavernes de la Vallidigna (zona platja), Teulada, Torrent, Torís, El Verger, la Vila Joiosa, Vinaròs, Xeraco (platja) i Xilxes, modificaren la seua declaració de zona de gran afluència turística des del moment de l'entrada en vigor de la Llei 3/2018, i poden obrir al públic en els períodes següents, a més dels declarats amb caràcter general per aplicació de l'article 9 d'aquesta llei:
 - a) Els diumenges i festius inclosos en el període comprés entre el Diumenge de Rams i el segon diumenge de Pasqua.
 - b) Els diumenges i festius inclosos en el període comprés entre el 15 de juny i el 15 de setembre.



3. Les zones de gran afluència turística que tinguen declarat un període anual, i que en el moment de l'entrada en vigor de la Llei 3/2018, de 16 de febrer, de la Generalitat, per la qual es modifiquen els articles 17, 18 i 22, i la disposició transitòria quarta, de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana, són Alboraig, l'Alfàs del Pi, Benissa (costa), Finestrat, Oriola (costa), el Pilar de la Foradada (costa) i Torrevella, modificaren la seua declaració de zona de gran afluència turística des del moment de l'entrada en vigor de la Llei 3/2018, i poden obrir al públic en els períodes següents, a més dels declarats amb caràcter general per aplicació de l'article 9 d'aquesta llei:

a) Els diumenges i festius inclosos en el període comprés entre el Diumenge de Rams i el segon diumenge de Pasqua.

b) Els diumenges i festius inclosos en el període comprés entre el 15 de juny i el 5 de gener.

4. Les zones de gran afluència turística declarades a les ciutats de València i Alacant modificaren la seua declaració de zona de gran afluència turística des del moment de l'entrada en vigor de la Llei 3/2018, i poden obrir al públic en els períodes següents, a més dels declarats amb caràcter general per aplicació de l'article 9 d'aquesta llei:

a) Els diumenges i festius inclosos en el període comprés entre el Diumenge de Rams i el segon diumenge de Pasqua, excepte el Dilluns de Pasqua.

b) Els diumenges i festius inclosos en el període comprés entre el 15 de juny i 5 de gener, excepte el 24 de juny la ciutat d'Alacant, i el 15 d'agost la ciutat de València.

c) El 19 de març la ciutat de València.

Tercera. Observatori del Comerç Valencià

Fins a la publicació del desenvolupament reglamentari previst en l'apartat 2 de l'article 67, mantenen la seua vigència les disposicions actuals sobre l'Observatori del Comerç Valencià.

Quarta. Expedients de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana, en tramitació

Els expedients en tràmit corresponents a sol·licituds que hagen sigut presentades amb antelació a l'entrada en vigor del reglament a què fan referència els articles 13, 15 i 24 d'aquesta llei s'han de resoldre d'acord amb la normativa anterior.

Disposició derogatòria

Única. Derogació normativa

Queden derogades totes les disposicions d'igual o inferior rang que s'oposen al que disposa aquesta llei, i en particular, les següents:

1. La Llei 3/2011, de 23 de març, de Comerç de la Comunitat Valenciana.

2. Article 108 de la Llei 9/2011, de 26 de desembre, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera, i d'organització de la Generalitat (DOCV núm. 6680 de 28.12.2011).

3. La Llei 6/2012, de 24 d'octubre, de la Generalitat, de Mesures Urgents per a l'Impuls de l'Activitat Comercial i l'Eliminació de Càrregues Administratives (DOCV núm. 6891 de 29.10.2012).

4. Articles 149 i 150 de la Llei 10/2012, de 21 de desembre, de Mesures Fiscals, de Gestió Administrativa i Financera, i d'Organització de la Generalitat. (DOCV núm. 6931 de 27.12.2012).

5. Article 79 de la Llei 5/2013, de 23 de desembre, de Mesures Fiscals, de Gestió Administrativa i Financera, i d'Organització de la Generalitat (DOCV núm. 7181 de 27.12.2013).

6. Articles 91 i 92 de la Llei 7/2014, de 22 de desembre, de Mesures Fiscals, de Gestió Administrativa i Financera, i d'Organització de la Generalitat (DOCV núm. 7432 de 29.12.2014).

7. El Decret Llei 1/2015, de 27 de febrer, del Consell, d'horaris comercials a la Comunitat Valenciana (DOCV núm. 7477 de 03.03.2015).



8. El Decret Llei 1/2016, de 26 de febrer, del Consell, de modificació del Decret Llei 1/2015, de 27 de febrer, del Consell, d'horaris comercials en la Comunitat Valenciana, i de la llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de Comerç de la Comunitat Valenciana (DOCV núm. 7731 de 01.03.2016).
9. Article 28, disposicions transitòries segona i tercera i disposició final primera de la Llei 21/2017, de 28 de desembre, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera, i d'organització de la Generalitat (DOGV núm. 8202 de 30.12.2017).
10. El Decret Llei 8/2017, de 29 de desembre, del Consell, de modificació de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana, en matèria de promoció de fires comercials oficials com a servei d'interés general autonòmic (DOGV núm. 8212 de 15.01.2018).
11. La Llei 3/2018, de 16 de febrer, per la qual es modifiquen els articles 17, 18 i 22, i la disposició transitòria quarta de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana (DOGV núm. 8237 de 19.02.2018).

DISPOSICIONS FINALS

Primera. Desenvolupament normatiu

S'autoritza el Consell perquè dicte totes les disposicions que siguen necessàries per al desenvolupament i la deguda execució i compliment del que disposa aquesta llei.

Segona. Entrada en vigor.

Aquesta llei entra en vigor l'endemà de la seua publicació en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana.