



Avantprojecte de Llei de la Generalitat, de comerç sostenible

ÍNDEX

- Exposició de motius
- 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 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

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 afluència 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



EXPOSICIÓ DE MOTIUS

I

L'article 49.1.35a de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana atribueix a la Generalitat competència exclusiva en matèria de comerç interior i defensa de les persones consumidores i de les usuàries, sense perjudici de la política general de preus, la lliure circulació de béns, la legislació sobre la defensa de la competència i la legislació de l'Estat.

A més, la Generalitat, respectant les competències concurrents de l'Estat, és la competent per al desenvolupament i l'execució de la legislació de la Unió Europea en aquelles matèries que siguen de la seua competència.

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

A més de les competències anteriors, i sempre d'acord amb les bases i l'ordenació de l'activitat econòmica general, correspon a la Generalitat, en els termes que disposen els articles 38, 131 i els números 11 i 13 de l'apartat 1) de l'article 149 de la Constitució Espanyola, la competència exclusiva de la planificació de l'activitat econòmica de la Comunitat Valenciana.

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

Els títols competencials en matèria de comerç interior i defensa de les persones consumidores es van utilitzar en la redacció de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de Comerç de la Comunitat Valenciana, per a motivar la regulació, de manera àmplia i global, de tota la matèria objecte d'aquesta llei. No obstant això, en aquesta matèria incideixen altres títols competencials que també atribueixen, igualment, competències exclusives. Entre elles, les competències exclusives de l'Estat, raó per la qual en aquesta nova llei se suprimeixen moltes clàusules que constaven en la Llei 3/2011, en ares de la simplificació normativa.

II

La Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de Comerç de la Comunitat Valenciana, va ser modificada fins en deu ocasions, sent les últimes quatre la Llei 21/2017, de 28 de desembre, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera, i d'organització de la Generalitat; 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; 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, que regulen diferents aspectes dels horaris comercials, la Llei 9/2019, de 23 de desembre, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat que modifica l'article 21 i la disposició transitòria quarta de la Llei 3/2011, que afecta l'abast i als períodes de les zones de gran afluència turística i la Llei_/2022 de ___ de desembre, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió



administrativa i financera i d'organització de la Generalitat que modifica l'article 21.6 i la disposició transitòria quarta de la Llei 3/2011.

La 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, va habilitar el Consell perquè en el termini d'un any a comptar des de l'entrada en vigor de la llei redactara i aprovara un decret legislatiu amb un text refós únic en què es regularitzaren, aclariren i harmonitzaren les normes amb rang legal vigents en l'àmbit autonòmic valencià en matèria de comerç. Per les circumstàncies que s'expliquen tot seguit, el procediment no va arribar a dur-se a terme en el termini requerit. Per això, tot i que aquesta llei no és un text refós, el seu text aprofita l'esforç de síntesi, aclariment i harmonització de normes que es va efectuar durant aquell procediment.

Amb posterioritat a l'habilitació de les Corts al Consell per tal d'elaborar i aprovar el text refós, l'Administració General de l'Estat va instar l'actuació de la Comissió Bilateral de Cooperació Administració General de l'Estat-Generalitat, en relació amb la Llei 21/2017, de 28 de desembre, de mesures fiscals, gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat, que al seu torn modifica la Llei 3/2011, de 23 de març, del Consell, de Comerç de la Comunitat Valenciana, i també en relació amb 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.

La voluntat del Consell d'aprovar un text refós en el termini d'un any es va veure truncada per atendre i mantindre les negociacions necessàries que van culminar amb els acords de 8 de novembre de 2018, de la Comissió Bilateral de Cooperació Administració General de l'Estat-Generalitat, els quals es van incorporar en el projecte de text refós, a conseqüència del compliment d'aquests acords. Tanmateix, i com va reconèixer el Consell Jurídic Consultiu, mitjançant el Dictamen 29/2019, de 23 de gener de 2019, diferents circumstàncies van concórrer en aquest cas i van dificultar atendre, en termini, el mandat legislatiu: la tasca d'anàlisi per concretar els textos legislatius objecte de refosa, per haver delimitat les Corts l'àmbit normatiu per raó de la matèria; la tasca de regularització, aclariment i harmonització dels textos, per tal que el text refós resultara coherent i sistemàtic; l'aprovació no només de la Llei 21/2017, sinó també de la Llei 3/2018, que també modificava parcialment la Llei 3/2011; i, particularment, les negociacions iniciades entre l'Estat i la Generalitat en el marc de la Comissió Bilateral de Cooperació Administració General de l'Estat-Generalitat, que van retardar la signatura de l'acord a novembre de 2018 (i la publicació a desembre del mateix any), de forma que no ha sigut possible complir en termini la previsió recollida en la disposició final primera de la Llei 21/2017, i que per tant aquest mandat legislatiu ha caducat.

El text d'aquesta llei, per tant, arreplega el resultat del procediment iniciat per al compliment material de la previsió recollida en la 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, que habilita el Consell perquè redactara i aprovara un decret legislatiu amb un text refós únic en què es regularitzaren, aclariren i harmonitzaren les normes amb rang legal vigents en l'àmbit autonòmic valencià en matèria de comerç.

D'altra banda, el principi de seguretat jurídica ha guiat tota l'elaboració d'aquest text. En aquest sentit, en tot moment s'ha perseguit l'objectiu unificador, la qual cosa s'ha realitzat a través de l'actualització, aclariment i harmonització de les distintes lleis que el conformen, donant lloc a un nou text, complet i sistemàtic. Així, les normes legals estatals de caràcter bàsic que afecten les matèries regulades en el text legal a integrar han estat



font de primera importància per a l'eliminació d'aquelles clàusules redundants o contradictòries amb l'esmentada normativa. En particular, s'ha volgut evitar redundàncies amb el 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, amb la Llei 3/1991, de 10 de gener, de Competència Deslleial, i amb la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Minorista.

III

No obstant això, aquesta llei és una llei nova, no un text refós, raó per la qual s'inclouen en el text diverses qüestions que no figuraven en la normativa anterior:

S'ha volgut destacar l'aspecte sostenible del comerç, que ja constava en la Llei 3/2011, en l'antic article 96, quan s'establia que la Generalitat havia de promoure «el comportament socialment responsable de les empreses que contribuïska al desenrotllament sostenible, orientant l'activitat comercial amb actuacions de foment dirigides a conciliar el creixement econòmic i la competitivitat, amb la protecció del medi ambient i els valors i demandes socials».

Igualment, s'ha tingut en consideració la jurisprudència constitucional en matèria de regulació del comerç. Sentències com la número 124/2003, de 19 de juny, del Tribunal Constitucional, han aclarit l'abast de les competències estatals i autonòmiques, i s'ha reflectit així en el nou text.

Les més recents indicacions sobre l'estil de la redacció de les normes recomanen ús del temps verbal present amb caràcter general, exceptuant quan el sentit de l'oració requereix la utilització d'altres temps verbals. Amb el propòsit d'actualitzar el text, s'ha utilitzat aquest criteri en la seua revisió.

IV

Aquesta llei compleix amb els principis de bona regulació de l'article 129 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, de Procediment Administratiu Comú de les administracions públiques:

1. Principi de necessitat

La llei respon a la necessitat de regular l'ordenació, planificació i foment del comerç de la Comunitat Valenciana de forma que atenga als nous requeriments del sector i, al mateix temps, facilite una política comercial adaptada a les exigències actuals, que transcendeixen del terreny merament econòmic, i també a la d'actualitzar conceptes i introduir nous instruments legals per al seu desenvolupament sostenible, tant des del punt de vista social com econòmic i mediambiental, i per això resulta necessari que la norma es redacte sota la consigna de la sostenibilitat.

El comerç ha de ser sostenible com a activitat empresarial creadora d'ocupació permanent i estable, i ha d'assegurar a la població un subministrament segur, accessible i arrelat en el territori. L'aspecte sostenible del comerç ja consta en l'article 96 de la vigent Llei 3/2011.

2. Principi d'eficàcia.

La norma regula, entre altres aspectes, els principis i condicions generals de l'exercici de l'activitat comercial, les relacions entre el comerç i el territori, la denominada governança, així com el règim d'infraccions i sancions, tenint present que el comerç interior és competència exclusiva de la Comunitat Valenciana, i que el marc normatiu estatal en matèria de comerç interior és un marc normatiu de caràcter transversal, que es limita a



establir principis generals i requisits mínims per al correcte desenvolupament de l'activitat comercial en tot el territori espanyol, la regulació del qual es troba emparada en diversos títols competencials com la legislació mercantil i la legislació civil, competència exclusiva de l'Estat i, sobretot, en la competència que aquest té per a dictar les bases i per a coordinar la planificació general de l'activitat econòmica en virtut de l'article 149.1.13 de la Constitució.

Aquesta llei pretén promoure una regulació sostenible del comerç com a activitat empresarial que, a més de crear ocupació permanent i estable, assegure a la població un subministrament segur, accessible i arrelat al territori, per la qual cosa en les relacions entre el comerç i el territori es fa necessària la participació de les administracions autonòmica i local, i reforçar la participació d'altres agents del sistema, com les empreses i comerços en la seua governança mitjançant la introducció en la llei de nous instruments per a l'ordenació de les zones comercials, sota la figura de noves formes de gestió comercial i dels seus espais, com per exemple els anomenats Business Improvement Districts (BID), en la seua denominació anglesa, o Àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEU), com se'ls està denominant en l'Estat espanyol.

Per això, aquesta llei, pretén ser un instrument de coordinació i col·laboració eficaç per als objectius d'ordenació, sostenibilitat i de promoció del comerç.

3. Principi d'eficiència

Aquesta llei és l'instrument més adequat per a la consecució dels objectius de la política de comerç interior autonòmica: en tractar-se d'una norma de rang legal, permet una regulació integral en tots els àmbits d'actuació, matèries que només poden instrumentar-se a través d'una llei, incloent-hi el desenvolupament de:

- Criteris d'ordenació de l'estructura comercial del territori, que enfortisquen la vinculació i permanència de la població en els municipis, la reducció de desplaçaments, la consolidació i creixement del comerç de proximitat, com a base d'assentament de la població i com a mesura correctora del fenomen de despoblació dels centres comercials urbans i els nuclis rurals,

— L'adopció de mesures de foment, i

— La imposició del règim sancionador per al cas d'incompliments.

4. Principi de proporcionalitat

Aquesta llei constitueix el mitjà necessari i suficient per a garantir el compliment del nivell del repartiment competencial entre Estat i la Comunitat Valenciana, l'ordenació del comerç interior i la protecció del medi ambient, mitjançant la potenciació i promoció d'un ús racional i sostenible de l'ordenació del comerç que elimine o reduïsca el seu impacte sobre el territori, però també d'un canvi en els hàbits i usos del comerç que afavorisquen entre la població una millora de la salut individual i col·lectiva, i la revitalització de les ciutats i pobles.

La introducció de la figura de les denominades àrees de promoció econòmica urbana (APEU) era reclamada per diversos agents del sector i fins i tot compta amb el suport de la Secretaria d'Estat de Comerç del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, que mitjançant nota de 22 de gener de 2019, dirigida a totes les comunitats autònomes, va remetre una proposta normativa del model Business Improvement Districts (BID).

La regulació de la norma de les denominades àrees de promoció econòmica urbana (APEU) té un contingut coercitiu imprescindible i proporcionat, ja que segons estableix la Sentència del Tribunal Constitucional 67/1985, de 24 de maig, amb relació als clubs i federacions esportives, o la Sentència del Tribunal Constitucional 18/1984, de 7 de febrer, sobre les organitzacions professionals, aquest tipus de corporacions privades de configuració legal, a les quals es confereix l'exercici de funcions públiques de caràcter



administratiu relatives a un àmbit de la vida social, serien associacions diferents de les previstes en l'article 22 de la Constitució.

Aquesta justificació constitucional de l'adscripció obligatòria s'ha d'interpretar tenint en compte que aquestes entitats no són creades automàticament per la llei, sinó que només poden ser creades a iniciativa i per aprovació majoritària de les persones titulars de drets de possessió de locals comercials directament afectades, amb uns objectius col·lectius molt concrets, i amb una duració temporal. A més, la pertinença obligatòria a aquestes corporacions formades per les persones titulars que comparteixen un mateix àmbit territorial no impossibilita de cap manera el paral·lel i lliure exercici del dret d'associació per part dels seus membres, creant associacions o pertanyent a les ja existents.

5. Respecte a la lliure competència i la unitat de mercat

La norma tampoc introdueix elements que distorsionen la competència ni introdueix restriccions injustificades o desproporcionades, perquè el sistema d'autoritzacions d'establiments comercials amb impacte territorial es modifica, respecte a la llei de l'any 2011, elevant el llindar de 2.500 m² de superfície comercial fins als 5.000 m², per a evitar haver de sol·licitar aquella autorització, sempre que, d'acord amb el Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana, el projecte se situe en àmbits declarats com a àrees estratègiques de nova centralitat u oportunitat comercial o bé se situe en els municipis que componen el Sistema Nodal de Referència Comercial y en les àrees urbanes integrades de les capçaleres i sotscapçaleres del Sistema Nodal de Referència Comercial; llevat que se situe en localitzacions considerades com a sensibles per a la implantació de projectes comercials.

Per últim, tampoc s'introdueixen càrregues administratives innecessàries o accessòries, perquè en els casos en què la matèria no guarda relació amb la matèria de comerç interior, es realitza una remissió en bloc a la regulació que correspon dictar a l'Estat en virtut dels títols de competència exclusiva de l'Estat com la legislació mercantil, civil o competència deslleial. Igualment, en determinats casos de política de protecció de les persones consumidores es realitza una remissió a aquesta regulació sectorial, quan la mateixa guarda relació amb competències exclusives de l'Estat.

V

El text s'estructura en set títols, quatre disposicions addicionals, quatre disposicions transitòries, una disposició derogatòria i dues disposicions finals.

El Títol I, dedicat a les disposicions generals, s'estructura en quatre capítols. El primer defineix l'àmbit de la llei i els conceptes sobre l'activitat comercial, i cal destacar la introducció, com a novetat, de l'ampliació de l'àmbit, no només a l'ordenació i el foment de l'activitat comercial sostenible, sinó també a la regulació de les àrees de promoció econòmica urbana, on podran participar-hi establiments oberts al públic amb activitats econòmiques que no responen al concepte estricte de comerços. El segon capítol recull els principis i condicions generals de l'exercici de l'activitat comercial, on es recullen conceptes generals bàsics, sobretot de la Llei 7/96, d'Ordenació del Comerç Minorista, com també succeeix en el capítol següent, dedicat a l'oferta comercial. Es tanca el títol amb una visió des del punt de vista del comerç de les obligacions sobre preus i la seua publicitat, que són objecte d'una regulació més extensa en la legislació en matèria de protecció de les persones consumidores, i que per això s'han alleugerit les anteriors redaccions d'aquestes matèries en la llei de comerç.

El Títol II regula la matèria d'horaris comercials en dos capítols. Durant la IX



Legislatura, la Generalitat va propiciar un acord del sector comercial respecte d'aquesta matèria, que va significar el final d'una època convulsa, que amagava la resta de qüestions, reguladores o de gestió, que els poders públics havien de considerar per a col·laborar amb la bona marxa d'un sector econòmic tan important com el del comerç detallista. Així, es regula en el primer capítol l'horari general i les regles per a determinar el calendari de diumenges i altres dies festius habilitats per a l'obertura comercial. Seguint amb una de les darreres modificacions de la Llei 3/2011, també es regula la competència municipal per a la determinació de diumenges i festius habilitats per a l'obertura comercial, tot simplificant les redaccions i els supòsits, una vegada contrastada l'experiència de tres anys d'utilització d'aquestes competències pels ajuntaments valencians. El Capítol II, en canvi, està dedicat als establiments amb llibertat horària i a la regulació de les zones de gran afluència turística. Ambdues qüestions, fortament constretes en les possibilitats de regulació per la normativa bàsica estatal, suposen l'excepció a l'horari general regulat en el capítol anterior.

El Títol III, comerç i territori, conté la major part de les novetats que s'hi introdueixen en la normativa comercial valenciana: un major desenvolupament en els capítols I a III de la normativa relativa a l'ordenació territorial del comerç, com ja s'ha explicat anteriorment, així com del règim excepcional d'autorització autonòmica de projectes comercials amb impacte territorial, totes elles qüestions ja previstes en la Llei 3/2011, però que els treballs d'elaboració del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA), ha posat de manifest la necessitat d'ampliar, modular, matisar i afegir a la normativa legal vigent.

Així mateix, és una novetat la introducció de la figura de les àrees de promoció econòmica urbana (APEU) com a secció segona del Capítol IV, dedicat a la dinamització i millora d'entorns comercials urbans. Es crea una secció primera que arreplega les previsions legals d'actuació i suport de l'Administració de la Generalitat pel que fa al suport al comerç urbà, els plans d'acció comercial i plans directores de comerç, els projectes d'urbanisme comercial i els centres comercials urbans, dels quals els APEU en són un desenvolupament important.

El Títol IV es dedica a la regulació de les vendes fora d'establiment comercial, particularment la venda no sedentària, única modalitat que pot regular la Generalitat. La resta de tipus de venda fora d'establiment comercial s'hi citen en l'article 40.1, per a remetre a la seua regulació bàsica estatal.

Les vendes promocionals són l'objecte del Títol V. Aquest títol s'estructura en dos capítols generals, relatius al concepte i les obligacions d'informació, i sis capítols (III a VIII), relatius a les vendes en rebaixes; vendes amb descompte; vendes amb obsequi; vendes en liquidació; vendes de saldos, i venda directa, respectivament. Fortament influïts aquests capítols per la normativa bàsica estatal, s'hi ha procurat regular només allò de què es puga predicar la competència de la Generalitat, quan no directament s'ha remés a la legislació bàsica.

Cal fer ací esment en especial de les vendes en rebaixes. El text de la llei arreplega la normativa bàsica estatal, que permet les rebaixes en qualsevol època, sense cap limitació a un o diversos períodes determinats o determinables per la Generalitat, a pesar que no és una solució admesa ni pel conjunt del sector ni pels diferents Governos que s'han succeït en els darrers deu anys en la Generalitat. Tanmateix, no queda més remei que aplicar el principi de jerarquia normativa i modificar la norma en aquest punt.

El Títol VI, relatiu a la Governança, no ha sofert quasi variació respecte de la redacció que tenia en la Llei 3/2011, donat que les previsions pel que fa a la qualitat en l'acció pública; la descentralització administrativa i funcional, així com les Cambres oficials de comerç, indústria, serveis i navegació; la participació ciutadana; el foment de l'activitat



comercial, i la regulació de les fires comercials eren prou àmplies i comprensives per a emparar diferents polítiques públiques relatives al comerç.

Finalment, el Títol VII, que regula el règim d'infraccions i sancions, no ha sofert més canvis que els adients per actualitzar els conceptes i les quanties a la legislació superior vigent.

Pel que fa a les disposicions addicionals, dues d'elles són relatives a remissió a altres normes, relacionades amb la regulació del comerç (la segona, sobre les normes de protecció de les persones consumidores, i la quarta, sobre la remissió d'altres normes a la legislació comercial actual). La disposició addicional primera recorda la competència relativa a les zones acústicament saturades, que resideix en els ajuntaments, i, per tant, no estan afectades per la normativa autonòmica comercial. Per últim, la disposició addicional tercera introdueix l'obligació d'informar preceptivament la conselleria competent en matèria de coordinació de fires comercials, 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 qualssevilla de les entitats firals de la Comunitat Valenciana.

De les quatre disposicions transitòries, cal destacar la segona, relativa a les zones de gran aflluència turística, el text de la qual arreplega.

El text legal finalitza amb una disposició derogatòria, que inclou la reiteradament esmentada Llei 3/2011 i totes les seues reformes, així com una disposició final que atribueix la competència per al desenvolupament normatiu de la llei al Consell i una altra que fixa l'entrada en vigor d'aquesta l'endemà de la seua publicació.



TÍTOL I *Disposicions generals*

CAPÍTOL I *Àmbit de la llei i conceptes bàsics*

Article 1. Objecte i àmbit d'aplicació

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

2. Igualment, és objecte d'aquesta llei la regulació de les àrees de promoció econòmica urbana.

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'altre 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 que concilien 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 siguen usals en el comerç.

Article 3. Activitats excloses

1. Queden excloses de l'àmbit d'aplicació d'aquesta llei aquelles activitats comercials que tinguen una normativa pròpia, entre 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 privatius 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 a 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 siguen aplicables, sense perjuí del que s'establisca, per raons d'orde 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 prèvia proposta 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 siguem 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) 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. 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 a) del punt 1, sempre que hi haja petició de part interessada, tot seguint les regles de determinació del dia d'obertura previstes en l'article 12.2 a).

3. La decisió que s'adopte és de compliment obligatori per a tots els establiments que no puguen acollir-se al règim de llibertat horària.

4. Reglamentàriament es determinarà el procediment per a sol·licitar 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 aflluència turística*

Article 15. Zones de gran aflluència turística

1. Els establiments ubicats a les zones de gran aflluència 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 aflluència turística fixa per a cada cas les condicions d'aplicació.

3. La declaració de zona de gran aflluència 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 aflluència 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.

En tot cas, les sol·licituds dels Ajuntaments dirigides a declarar una determinada àrea del municipi o uns períodes concrets, hauran d'acompanyar-se de la justificació d'aqueixes acotacions territorials i temporals.

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 afluència turística, a efectes d'aquesta llei, tindrà una vigència de set anys, prorrogables automàticament per idèntics períodes, llevat que quede acreditat, per a cada cas, que han canviat les circumstàncies que van donar lloc a aquesta declaració inicial.

No obstant això, la direcció general competent en matèria de comerç podrà 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 afluència turística la declaració de les quals s'haja autoritzat per als períodes de Setmana Santa (de Diumenge de Rams a segon Diumenge de Pasqua), quan el dissabte immediatament anterior al Diumenge de Rams siga festiu s'amplia automàticament la data d'inici a eixe dissabte festiu.

Igualment, quan la data inicialment prevista per a l'inici o la finalització del període estival d'una zona de gran afluència 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 a aquests diumenges o festius.

TÍTOL III *Comerç i territori*

CAPÍTOL I Disposicions generals.

Article 16. Objectius de l'ordenació comercial

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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, sotscapçaleres 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; sense perjudici del compliment de la normativa en matèria d'urbanisme i medi ambient.



i) Reduir l'impacte mediambiental del comerç, estimulant la introducció de millores per part de les mateixes 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 del comerç són la Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana, el Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana, els plans generals estructurals i els planejaments d'àmbit municipal, que hauran d'ajustar-se a les disposicions per al tractament de l'activitat comercial contingudes en aquesta llei.

El règim d'autoritzacions de caràcter autonòmic per a la implantació d'establiments comercials amb impacte territorial es configura com un instrument d'intervenció administrativa de caràcter excepcional.

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 classificació o la zonificació de sòls per a la implantació d'activitats comercials amb impacte territorial, 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 terciari 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 text refós de la Llei d'ordenació del territori, urbanisme i paisatge, aprovat per Decret legislatiu 1/2021, de 18 de juny, del Consell, 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 el treball digne i 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 les persones consumidores i usuàries

h) Contribuir a l'equilibri del territori, a la consecució d'un model urbà sostenible i a la millora del paisatge urbà.

i) Afavorir la mobilitat sostenible.

3. Els plans urbanístics i territorials han d'adaptar-se al Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana 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 podrà establir línies pressupostàries per a l'execució del pla d'actuacions associat al Pla d'Acció Territorial. D'igual forma, podrà 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.

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

1. Els planejaments, per a l'ordenació del sòl destinat a usos terciaris comercials, 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 produeix fenòmens d'aglomeració, deteriorament mediambiental, paisatgístic 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 el text refós de la Llei d'ordenació del territori, urbanisme i paisatge, aprovat per Decret legislatiu 1/2021, de 18 de juny, del Consell . Aquesta dimensió ha de justificar-se 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, amb 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 cascos 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 contemplen 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 u 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 u 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 amb 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 al voltant de l'actuació i la dotació comercial global de la zona, sempre que pugua considerar-se que es compleixen les condicions perquè aqueixa dotació preexistent pugua considerar-se de proximitat respecte al nou desenvolupament urbà.

7. La implantació d'usos terciaris comercials 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'estableix en la legislació estatal de caràcter bàsic i en la legislació autonòmica valenciana d'aplicació, i les disposicions que la despleguen.

CAPÍTOL III

Règim d'implantació dels establiments amb impacte territorial

Article 20. Règim excepcional d'autorització 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 puguen generar impactes territorials, s'articula un règim excepcional d'autorització de projectes comercials amb impacte territorial, que són aquells que corresponent als tipus 2 i 3 descrits en l'article 21 d'aquesta llei.

3. La submissió del projecte al procés d'autorització comercial 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, útil per a l'exposició i venda al públic, la dedicada a les vendes, excloent la superfície dedicada a magatzem, als serveis o a altres espais diferents de la superfície comercial.

Per tant, per al càlcul de la superfície comercial de cada botiga, cal tenir en compte:

a) Són superfície comercial els espais on s'exposen els productes amb caràcter habitual i permanent, o els destinats a eixa finalitat amb caràcter eventual o periòdic, als quals pugua accedir la clientela, així com els aparadors i els espais interns destinats al trànsit de les persones i a la presentació, dispensació o prova dels productes. Així, tindran aquesta consideració els corredors, els taulells, els espais darrere dels taulells, les vitrines, els aparadors interiors i exteriors, les escales, espais d'exposició dins de la botiga, els provadors i les línies de caixa i espais darrere de la caixa.

b) Els aparcaments, espais situats entre línies de caixa i l'eixida, i les sales d'espera, han de ser considerats sala de vendes i, per tant, superfície comercial, només quan s'exposen productes o s'exercisca activitat comercial, fins i tot amb caràcter eventual o periòdic.

c) No són superfície comercial els següents espais: ascensors, oficines i despatxos, vestuaris del personal, lavabos del personal i del públic, sales de descans del personal, tallers, magatzem, cambres, obradors, espais tancats opacs dins de la botiga, guarderia infantil, escales i corredors d'emergència. Igualment, no es consideraran superfície comercial els espais esmentats en l'apartat b), quan no s'exposen productes ni s'exercisca activitat comercial.



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 refereix 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:

I. 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.

II. 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 en les àrees urbanes integrades de les capçaleres i sotscapçaleres 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.

III. Projectes que suposen la implantació de fins a 1.750 metres quadrats de superfície comercial localitzats en altres àmbits, sempre que no siguen classificats com a tipus 2 *III*.

Es mantindrà la classificació inicial de l'establiment comercial existent classificat com a tipus 1 *III*, quan amplie la seua superfície comercial sempre que la resultant no supere els 2.499 metres quadrats.

2. Tipus 2. Altres projectes d'establiments comercials:

I. Projectes que suposen la implantació d'entre 1.751 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.

II. Projectes que suposen la implantació d'entre 1.751 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 sotscapçaleres del Sistema Nodal de Referència Comercial.

III. 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 per a:

a) Els projectes comercials definits com a tipus 2 *III* i tipus 3, a què es refereix



l'article 23.

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.

b) L'ampliació de la superfície comercial d'un establiment comercial individual o col·lectiu existent, quan a conseqüència d'aquesta es pugua qualificar en els tipus 2 *III* o 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 *III* o 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 del tipus 2 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 pugua qualificar en el tipus 2 *III* o 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. L'autorització comercial correspon, amb caràcter general, a la conselleria competent en matèria de comerç interior.

No obstant això, els ajuntaments poden autoritzar directament la implantació d'establiments comercials en localitzacions considerades com a sensibles, a la qual es refereix l'article 21, tipus 2, *III*, d'aquesta llei, en els casos i amb les condicions que estableix l'article 46.5 de la normativa del Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana.

4. Reglamentàriament es desenvoluparan el procediment i la documentació exigible, d'acord amb el que preveu aquesta llei.

Article 23. Declaració responsable

1 La implantació d'establiments dels tipus 2, *I* i *II*, està subjecta a declaració responsable, de conformitat amb el que estableix la legislació estatal de caràcter bàsic en matèria de procediment administratiu. També podran optar la declaració responsable els titulars dels projectes d'ampliació d'aquests establiments, llevat que a conseqüència d'aquesta es pugua qualificar en els tipus 3.

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.

Artículo 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 d'autorització comercial per a la implantació d'establiments amb impacte territorial; llevat dels projectes d'implantació d'establiments en localitzacions considerades com a sensibles, en les quals la competència correspon als ajuntaments només en els casos que estableix l'article 46.5 de la normativa del Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana.

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 planejament urbanístic i programes d'actuació necessaris per a poder desenrotllar el projecte que es pretén, exceptuant la reparcel·lació i les llicències urbanístiques, 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 remetre 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 comercial dels establiments amb impacte territorial.

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 comercial destinada a ús terciari comercial o a una mescla d'usos terciaris en els quals el terciari comercial supere aquest llimitar. 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

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 que el projecte s'ajusta 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 territori.

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.

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, 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 territori, paisatge, medi ambient i cultura.

5. Per a garantir que la implantació està subjecta a l'existència d'infraestructures que resolen adequadament les necessitats de mobilitat previstes, en especial les infraestructures específiques per a les modes vianant-ciclistes des dels nuclis més pròxims, així com a serveis de transport públic 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.

c) Comprovació del compliment de les determinacions de la legislació autonòmica valenciana sobre mobilitat, relatives a l'obligació de formulació d'un Pla de Mobilitat per a la implantació de localitzacions comercials que representen més de 2500 m² de superfície comercial, en el qual l'empresa promotora de la localització assumisca actuacions necessàries per a assegurar una mobilitat adequada.

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.

8. Els informes als quals es refereix aquest article tenen caràcter preceptiu i vinculant.

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 resumisca les principals fites del procediment incloent els resultats de les consultes, així com de les determinacions, mesures o condicions finals que motivadament 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.

No obstant això, quedarà suspés el termini per a resoldre i notificar la resolució en els casos que estableix l'article 22 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques i particularment en els supòsits que arreplega el punt 1 en les lletres a) i c).

Transcorregut aquest termini sense haver recaigut una resolució expressa, s'entendrà desestimada la sol·licitud d'autorització comercial per silenci administratiu.

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 la legislació estatal de caràcter bàsic en matèria de procediment administratiu.

4. La vigència de l'autorització comercial autonòmica té 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.

5. L'obtenció de l'autorització comercial està subjecta al pagament del tribut que en cada moment establisca la legislació autonòmica reguladora d'aquesta matèria.

6. 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 requereix acte administratiu exprés de declaració, que serà adoptat per la direcció general competent en matèria de comerç, a la qual correspon, així mateix, resoldre les sol·licituds de pròrroga.

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, incloent-hi 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 directores de comerç

1. La Generalitat ha d'impulsar i donar suport a la realització de plans d'acció comercial de caràcter municipal i plans directores de comerç de caràcter supramunicipal, promoguts pels ajuntaments i ens territorials, on, en el marc de les determinacions del Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana, es formulen objectius i 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 finalitzada la seua elaboració, 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 urbans-comercials en coordinació amb els plans de dinamització turística.

4. En les zones rurals, i especialment en els municipis amb risc de despoblament, 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 compregui dos o diversos municipis, també es podrà establir una APEU que compregui 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 físiques i jurídiques titulars d'activitats econòmiques que es desenvolupen en 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 pública-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, segons 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'una àrea urbana prèviament delimitada, amb una alta densitat comercial, poden impulsar i constituir àrees de promoció econòmica urbana (APEU).

L'àmbit de l'APEU el formen 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 físiques i jurídiques titulars d'activitats econòmiques que es desenvolupen en locals amb accés directe des de la via pública en



l'APEU.

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

e) Confecció 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 ambulant 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 dona 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 fer 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 preveu la legislació estatal de caràcter bàsic en matèria de 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:

a) Venda a distància.

b) Venda domiciliària. 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.

d) Subhasta pública.



- e) Subhastes de títols, així com les subhastes judicials i administratives.
2. La venda piramidal es prohibeix, d'acord amb la legislació estatal que siga aplicable.

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'ofereixen 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'ofereixen 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'ofereixen 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 finalitze la promoció.

S'entén per preu anterior el menor que haguera sigut aplicat sobre productes idèntics en els trenta dies precedents. A aquest efecte no es tindrà en consideració el preu que haguera pogut ser aplicat, amb la finalitat de reduir el desapropietament alimentari, sobre productes idèntics les dates de caducitat dels quals o consum preferent foren pròximes a véncer.

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 constitueix un supòsit excepcional que pot portar a error les persones destinatàries quan el percentatge o la quantia esmentats 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'ofereixen en el mateix establiment en què s'exerceix 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, constitueixen descomptes en espècie les promocions publicitàries en què s'utilitzen expressions del tipus «3 x 2», «2 x 1» o per mitjà de la referència a un percentatge determinat de quantitat suplementària.

2. L'oferiment d'un descompte en espècie no 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, bé 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 consistixen 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'oferiment 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.

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 puguen vendre als preus habituals del mercat, bé per haver perdut actualitat o utilitat, estar desaparellats, o bé per ser defectuosos o estar deteriorats, sempre que no comporten risc ni engany per 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 aparéixer manifestament disminuït el seu valor de mercat, pot efectuar-se i anunciar-se sota la denominació «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 venga invoque la seua condició de fabricant o majorista en l'oferta al públic de mercaderies de qualsevol mena, 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, faça les seues operacions de venda fonamentalment a comerços detallistes.
2. Que els preus oferits siguen 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 a aquestes 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'interès, 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 legislació autonòmica valenciana d'aplicació.

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 desenrotllament 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.
13. Impulsar que la població de les zones rurals, especialment la dels municipis en risc de despoblament, tinguen el major accés possible als serveis de comerç.

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 desenrotllament 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 desenrotlle, 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'aquesta i es done assistència a les administracions públiques valencianes en el desenrotllament de les seues competències en la promoció i ordenació del comerç valencià i en el desenrotllament de plans, programes i mesures de caràcter sectorial o territorial sobre qualsevol aspecte econòmic, social, urbanístic o cultural que incidisca en el desenrotllament 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 desenrotllament 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 desenrotllament del comerç.

CAPÍTOL V *Fires comercials*

Article 76. Fires comercials

Als efectes d'aquesta 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 regeixen per la Convenció de París de 22 de novembre de 1928.
2. Les activitats promocionals de qualsevol mena, 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 vetllar 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 aquests, 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'interés general autonòmic la promoció de fires comercials oficials.

TÍTOL VII
Règim d'infraccions i sancions

CAPÍTOL I
Infraccions

Article 80. Concepte

1. Constitueix infracció administrativa en matèria de comerç l'incompliment dels mandats i les prohibicions establits en aquesta llei i les seues normes de desenvolupament.
2. Les infraccions a les normes d'aquesta 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 d'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 aquesta 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 establits.

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 refereix aquesta llei.

13. En general, l'incompliment de les normes i condicions de venda o subministrament, establides en aquesta llei, quan constitueixen 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 aquesta 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 legislació estatal de caràcter bàsic, 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 aquest 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 aquesta llei, quan, encara 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 aquesta 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 al cap de tres anys, les greus al cap de dos anys i les lleus al cap de 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.

2. Les infraccions greus se sancionen amb multa de 6.001 euros fins a 60.000 euros.

3. Les infraccions molt greus se sancionen amb multa de 60.001 euros fins a 600.000 euros.

En tots els casos s'instarà el cessament de 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 de 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 al cap de tres anys, les greus al cap de dos anys i les lleus al cap de 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 per la legislació estatal de caràcter bàsic i la legislació autonòmica valenciana d'aplicació:

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 substituïska.

Tercera. Comunicació a l'òrgan competent en matèria de fires comercials

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 qualsevol fira comercial oficial, es posarà en coneixement de l'òrgan competent en matèria de fires comercials l'inici de la tramitació d'aquests procediments.

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

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, en el Pla d'acció territorial sectorial del comerç de la Comunitat Valenciana 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 el text refós de la Llei d'ordenació del territori, urbanisme i paisatge, aprovat per Decret legislatiu 1/2021, de 18 de juny, del Consell.

Segona. Zones de gran aflluència turística

1. Les zones de gran aflluència 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 aflluència 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, 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 Valldigna (zona de platja), Teulada, Torrent, Torís, El Verger, la Vila Joiosa, Vinaròs, Xeraco (platja) i Xilxes, modificaren la seua declaració de zona de gran aflluència 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 aflluència 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, Benidorm, Benissa (costa), Finestrat, Oriola (costa), el Pilar de la Foradada (costa) i Torrevella, modificaren la seua declaració de zona de gran aflluència 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 aflluència turística declarades a les ciutats de València i Alacant modificaren la seua declaració de zona de gran aflluència 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 6680, 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 6891, 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 6931, 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 7181, 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 7432, 29.12.2014).
7. El Decret Llei 1/2015, de 27 de febrer, del Consell, d'horaris comercials a la Comunitat Valenciana (DOCV 7477, 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 7731, 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 8202, 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 autònom (DOGV 8212, 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 8237, 19.02.2018).
12. Article 139 de la Llei 7/2021, de 29 de desembre, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat 2022 (DOGV 9246, 30.12.2021).

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.