

INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL COMERCIANTE (*)

Modificaciones normativas en materia de comercio

(*) Actualizado a 29 de octubre de 2012

Más información:

Internet: www.portaldelcomerciante.com/elda
Correo Electrónico: comercio@elda.es
Teléfono: 966 989 232
Presencial: AFIC Ayuntamiento Elda. Mercado Central de Elda. 2ª Planta.
Fuente: www.portaldelcomerciante.com

La presente información tiene exclusivamente carácter ilustrativo, por lo que no originará derechos, ni expectativas, ni vinculación en el procedimiento al que se refiere, cuya tramitación se sujetará siempre a las instrucciones específicas. La AFIC de la Concejalía del Área Comercio y Mercados del Excmo. Ayuntamiento de Elda desea que esta información sea de su utilidad.

REQUISITOS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1. **La apertura de un establecimiento comercial** estará sujeta al régimen de comunicación previa o declaración responsable en los supuestos y términos recogidos en el Real Decreto Ley 19/2012, de 26 de mayo, de medidas urgentes de liberalización del comercio y determinados servicios (*BOE* núm. 128, de 26 de mayo) y en la Ley 2/2012, de 14 de junio, de la Generalitat, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial y a los emprendedores, microempresas y pequeñas y medianas empresas (pyme) de la Comunitat Valenciana (*DOCV*, núm. 6800, de 20 de junio)

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

2. En todo caso, el comerciante debe solicitar **autorización de la Conselleria** competente en materia de comercio para la **apertura, modificación o ampliación de establecimientos** comerciales con impacto territorial individuales o colectivos que tengan una superficie comercial igual o superior a 2.500 metros cuadrados.
3. Para realizar **venta no sedentaria, incluida la ambulante**, deberá de obtener previamente autorización municipal.
4. **Venta domiciliaria**, que incluye tanto las que realiza el vendedor al domicilio del comprador como las llamadas "ventas en reunión" a un grupo de personas convocadas por el vendedor o por otra persona a petición de éste o las realizadas con ocasión de viajes y excursiones viajes en los locales del vendedor. En este caso se deberá, **depositar previamente una fianza caucional**, ajustada a su volumen de negocio, como garantía por la posible responsabilidad civil que se pueda contraer con este sistema de venta, en las cuantías que se determinan reglamentariamente.

Disposiciones de aplicación:

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

Real Decreto Ley 19/2012, de 26 de mayo, de medidas urgentes de liberalización del comercio y determinados servicios (*BOE* núm. 128, de 26 de mayo)

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

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

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

REGISTROS DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

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

Disposiciones de aplicación:

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

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

Venta a distancia:

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. (*Boletín Oficial del Estado*, BOE núm. 287, de 30 de noviembre).

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

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

HORARIO COMERCIAL

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

No obstante, podrán abrir **nueve domingos y festivos** que anualmente se determinen mediante Resolución de la Conselleria competente en materia de Comercio.

2. Este régimen general no es aplicable a aquellos establecimientos que tienen **plena libertad** de horarios para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos, que se relacionan a continuación:

- Establecimientos dedicados principalmente a la **venta de los siguientes productos** (cualquiera que sea su superficie de exposición y venta): pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, floristerías y plantas.
- Las **tiendas de conveniencia**. Son las que tienen una superficie para exposición y venta no superior a 500 metros cuadrados, que permanezcan abiertas al público, al menos, dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros,

periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios. La distribución entre las distintas gamas debe llevarse a cabo de forma similar entre sí, sin exclusión de ninguna de ellas y sin que predomine netamente una sobre las demás.

- Los instalados en **estaciones y medios de transporte** terrestre, marítimo y aéreo.
- Los instalados en **zonas de gran afluencia turística** previamente declarada mediante resolución de la Dirección General competente en materia de comercio.
- Todos los establecimientos de **menos de 300 metros cuadrados de superficie de exposición y venta** (cualesquiera que sean los productos que vendan), excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa.
- Los **establecimientos integrados en instalaciones de prestación de servicios turísticos** dedicados exclusivamente a los usuarios.

Además los establecimientos dedicados **exclusivamente a productos culturales** (libros, periódicos, revistas, discos, vídeos, juegos de ordenador, antigüedades, artesanía popular, artículos para dibujo, obras de arte etc) que, por sus dimensiones o características no gocen de total libertad horaria, podrán abrir todos los domingos y festivos durante un máximo de 12 horas.

Fuera de estos casos, excepcionalmente, cuando concurren circunstancias que así lo justifiquen, se podrá autorizar la apertura en domingo o festivo, a petición de los comerciantes, asociaciones comerciales o Ayuntamientos, mediante **Resolución** del órgano competente con el límite de horas que establezca la resolución.

Disposiciones de aplicación:

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

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

VENTAS PROMOCIONALES

1. GENERALIDADES

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

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

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

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

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

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

- En caso de limitarse las existencias, deberá informarse sobre la cantidad disponible de las mismas que, en todo caso, será adecuada a la duración de la promoción y a la publicidad realizada.
- En la difusión publicitaria de la promoción deberá especificarse el punto o puntos de venta o la zona para la que se organiza la venta.
- En caso de publicidad en una página web, se deberá de incorporar a la misma todas las condiciones de dicha oferta y el periodo de duración.

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

2. **VENTAS EN REBAJAS:** La venta en rebajas es la venta promocional en la que los artículos se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.

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

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

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

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

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

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

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

3. **VENTAS CON DESCUENTO:** Las ventas con descuento son aquellas que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

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

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

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

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

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

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

- Cuando la entrega del obsequio se supedite a vales, cupones u otros, se dará a conocer de forma precisa el objeto del obsequio y las condiciones para la obtención.
- En caso de sorteos o concursos, las bases serán accesibles a los destinatarios.
- Los obsequios o incentivos que no se entreguen de manera inmediata deberán de entregarse al comprador en el plazo máximo de tres meses desde que el comprador cumplió con los requisitos para obtenerlos.

- En caso de oferta conjunta de dos productos diferentes que también se venden por separado, el comprador deberá beneficiarse de una reducción de precio que resultará de comparar el precio global con los precios individuales.

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

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

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

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

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

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

Información al público:

- En ningún caso la oferta podrá inducir al comprador a creer que la venta en liquidación se hace a precios reducidos cuando tal reducción no sea cierta con relación a los precios habitualmente practicados antes de la liquidación.
- En el caso de cese parcial, deberá indicarse la clase de mercancía objeto de la liquidación.

6. **VENTAS DE SALDOS:** Es aquella venta de productos cuyo valor de mercado aparece manifiestamente disminuido a causa del deterioro o de un desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

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

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

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

Información al público y publicidad:

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

Establecimientos de venta de saldos

Para la venta de saldos con carácter habitual y permanente, el establecimiento comercial deberá estar dedicado principalmente a este tipo de ventas. En el exterior del establecimiento deberá indicarse claramente su actividad.

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

La venta de artículos excedentes de producción o de temporada que no tengan la condición de saldos, por no aparecer manifiestamente disminuido su valor de mercado, podrá practicarse y anunciarse bajo **la denominación de "outlet"**, "factory" o tiendas o centros de fabricante, tanto en establecimientos dedicados exclusivamente a este tipo de venta como en secciones de un establecimiento. En este segundo caso deberán estar claramente diferenciadas del resto de artículos del establecimiento.

Disposiciones de aplicación:

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

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

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

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y usuarios y otras leyes complementarias. (BOE núm. 287, de 30 de noviembre)