

INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL COMERCIANTE



ÍNDICE

	Pág.
• AUTORIZACIONES Y COMUNICACIONES PREVIAS.....	2
• REGISTRO DE ACTIVIDADES COMERCIALES.....	2
• CARTELES E INFORMACIÓN QUE DEBE EXPONERSE AL PÚBLICO.....	3
• PUBLICIDAD.....	4
• HORARIO COMERCIAL.....	4
• PRECIOS.....	5
• CONSTANCIA DOCUMENTAL DE LA VENTA.....	6
• GARANTÍA DEL PRODUCTO.....	7
• CAMBIOS Y DEVOLUCIONES.....	8
• RECLAMACIONES DEL CONSUMIDOR.....	8
• VENTAS PROMOCIONALES.....	9



AUTORIZACIONES Y COMUNICACIONES PREVIAS

El comerciante debe solicitar **autorización de la Conselleria** competente en materia de comercio para:

- 1. La apertura, modificación o ampliación de grandes establecimientos** comerciales individuales o colectivos que tengan una superficie comercial igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

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

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

En todo caso:

- 2. La apertura de un establecimiento comercial** estará sujeta a la comunicación al Ayuntamiento correspondiente y, en su caso, a la obtención de las autorizaciones o licencias que sean preceptivas.
- 3. Para realizar venta no sedentaria, incluida la ambulante,** deberá de obtener previamente autorización municipal.

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).

REGISTRO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

Las personas físicas o jurídicas que exploten un establecimiento comercial o desarrollen una actividad comercial deberán comunicarlo al Registro de Actividades Comerciales en el plazo máximo de tres meses desde el inicio de la misma mediante el formulario correspondiente.

Del mismo modo, serán objeto de comunicación el cese de la actividad o cualquier modificación de los datos reseñados para la inscripción en el plazo de tres meses desde que se produzcan.

Quedan exceptuados de estas obligaciones los comerciantes que practiquen la venta no sedentaria, sin perjuicio de su inscripción en los registros municipales o de carácter voluntario que, en su caso, se establezcan.

El comerciante debe comunicar a la Conselleria competente en materia de comercio, en el plazo de tres meses desde el inicio de la actividad, la realización de alguna de las siguientes modalidades de venta:



- **Venta a distancia** (incluidas las que se realizan través de Internet), cuando la persona física o jurídica que desarrolle la actividad tenga su domicilio en la Comunitat Valenciana.
- **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 estos casos la comunicación se llevará a cabo con independencia de cual sea el domicilio social del vendedor.

En ambos casos se deberá cumplimentar el formulario correspondiente y acompañar la documentación que se especifique, según la modalidad de venta, relativa a la identificación de la persona física o jurídica y de sus representantes o vendedores, productos o servicios que configuran su oferta, ámbito comercial, lugar donde los consumidores puedan dirigir sus reclamaciones e indicación de los sistemas arbitrales a los que puedan estar adheridos.

En el caso de venta domiciliaria se deberá, además, depositar previamente la 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 (DOCV núm. 6488, de 25 de marzo).

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). Artículos 92 a 106.

CARTELES E INFORMACIÓN QUE DEBE EXPONERSE AL PUBLICO

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

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

Disposiciones de aplicación:

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

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

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

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).

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



PUBLICIDAD

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

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

Disposiciones de aplicación:

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

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

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)

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

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

HORARIO COMERCIAL

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

No obstante, podrán abrir **nueve domingos y festivos** que anualmente se determinen mediante Orden de la Conselleria competente en materia de Comercio y un máximo de 12 horas durante esos domingos y festivos autorizados. Los Ayuntamientos pueden sustituir uno o dos de esos domingos y festivos por festivos locales, dicha determinación vinculará a los comerciantes del municipio que no podrán desarrollar la actividad comercial en la fecha/s a las que renuncie la Corporación Local.

2. Este régimen general no es aplicable a aquellos establecimientos que tienen **plena libertad** de horarios para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos, que se relacionan a continuación:
 - Establecimientos dedicados principalmente a la **venta de los siguientes productos** (cualquiera que sea su superficie de exposición y venta): pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, floristerías y plantas.
 - Las **tiendas de conveniencia**. Son las que tienen una superficie para exposición y venta no superior a 500 metros cuadrados, que permanezcan abiertas al público, al menos, dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios. La distribución entre las distintas gamas debe llevarse a cabo de forma similar entre sí, sin exclusión de ninguna de ellas y sin que predomine netamente una sobre las demás.
 - Los instalados en **estaciones y medios de transporte** terrestre, marítimo y aéreo.



- Los instalados en **zonas de gran afluencia turística** previamente declarada mediante resolución de la Dirección General competente en materia de comercio, sólo durante los periodos de tiempo que fije la resolución (normalmente Semana Santa y Pascua, desde el Domingo de Ramos, hasta el lunes festividad de San Vicente y del 1 julio al 30 de septiembre) y para las zonas que la misma determine, cualquiera que sea su superficie y su oferta.
- Todos los establecimientos de **menos de 150 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 o que operen bajo el mismo nombre comercial de dichos grupos o empresas.
- 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).

PRECIOS

1. Los precios deben ser **exhibidos en euros de forma pública**, sin inducir a confusión tanto de los artículos expuestos en el interior como de los que se expongan en los escaparates.
2. El precio de venta anunciado comprenderá la cantidad total que haya de satisfacer el consumidor, con impuestos incluidos y gastos de entrega cuando los haya.
3. Deberán indicarse con claridad y de forma diferenciada, toda clase de descuentos y posibles incrementos derivados de regímenes de financiación, y los costes adicionales por servicios accesorios y similares.
4. Se indicará el precio por unidad de medida, salvo en aquellos en que sea idéntico al precio de venta.
5. Si en el marcaje existen dos o más precios diferentes, se debe vender al precio más bajo de los exhibidos.



6. Los precios serán **libremente determinados** por los comerciantes, siempre y cuando estos no sean inferiores a los de adquisición del producto según factura, deducidos los descuentos que figuren en la misma, e incrementados con los impuestos indirectos que graven la operación. Es lo que se conoce como **prohibición de ventas a pérdida** que solamente, y de manera excepcional, se permiten en cuatro supuestos:

- Ventas de saldos.
- Ventas en liquidación.
- Cuando se practique con el objetivo de alcanzar los precios de uno o varios competidores con capacidad para afectar significativamente a sus ventas.
- Venta de productos perecederos en fechas próximas a su inutilización.

Disposiciones de aplicación:

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

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

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

CONSTANCIA DOCUMENTAL DE LA VENTA

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

- Número y, en su caso, serie. La numeración de los tiques dentro de cada serie será correlativa.
- N.I.F., así como el nombre y apellidos, razón o denominación social completa.
- Tipo impositivo aplicado o la expresión “IVA incluido”.
- Contraprestación total.

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

Disposiciones de aplicación:

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

Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento que regula las obligaciones de facturación. (BOE núm. 286, de 29 de noviembre).

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

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)

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

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



GARANTIA DEL PRODUCTO

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

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

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

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

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

Cuando el consumidor no pueda exigir la reparación ni la sustitución, o éstas no se realicen en un plazo razonable, procederá, a elección del consumidor, **la rebaja del precio o la resolución del contrato**, salvo que la falta de conformidad sea de escasa importancia, en cuyo caso no cabe la resolución.

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

El ofrecimiento por el comerciante de **garantías adicionales**, tanto para casos de disconformidad como de conformidad, le sitúa en la obligación de dar cumplimiento a las mismas, de acuerdo con las condiciones ofertadas.

Disposiciones de aplicación:

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)

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

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

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



CAMBIOS Y DEVOLUCIONES

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

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

En las **ventas domiciliarias y ventas a distancia**, es un derecho del consumidor otorgado por ley, quien con carácter general dispondrá al menos de siete días para la devolución, aunque el producto sea conforme a lo ofertado y no presente defectos.

Disposiciones de aplicación:

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

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)

RECLAMACIONES DEL CONSUMIDOR

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

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

Disposiciones de aplicación:

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

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)

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

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

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



VENTAS PROMOCIONALES

1. GENERALIDADES

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

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

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

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.
- En caso de que la venta promocional sólo afecte a unas secciones o artículos del establecimiento, deberán de separarse y diferenciarse claramente los que son objeto de promoción. Del mismo modo se procederá si en un mismo establecimiento se practican varias promociones.
- 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 deben de formar parte de las existencias con un mes de antelación a la fecha de inicio de las rebajas 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 sólo podrán tener lugar en dos temporadas anuales:

- Temporada de **rebajas de verano**, desde el último lunes laborable del mes de junio de cada año hasta el primer sábado del siguiente mes de septiembre, ambos incluidos.
- Temporada de **rebajas de invierno**, desde el primer día laborable después del 6 de enero hasta el segundo sábado del siguiente mes de marzo, ambos inclusive.

Dentro de cada periodo el comerciante decidirá libremente la duración de las rebajas, sin que pueda ser inferior a una semana o superior a dos meses.

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 cada temporada, 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.

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



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

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

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

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

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

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

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

Duración: La duración de la liquidación será como máximo de tres meses.

En los casos en que se haya practicado una liquidación por cese total o parcial de la actividad o cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad sobre productos similares a los que fueron objeto de liquidación, durante los tres años siguientes a su finalización.



Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

Información al público:

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

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

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

Los artículos objeto de la venta de saldos deben de haber formado parte de las existencias del vendedor durante un periodo no inferior a seis meses con antelación al inicio de la oferta, salvo que se trate de productos defectuosos o deteriorados.

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).

Orden de 15 de junio de 1998, de la Conselleria de Empleo, Industria y Comercio, por la que se delimitan las temporadas de rebajas en el ámbito de la Comunidad Valenciana (*DOGV* nº 3.266, de 17 de junio).

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)