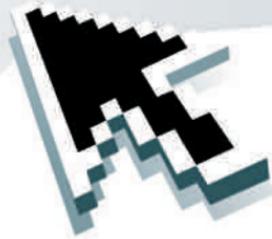




qué debe saber  
UN EMPRESARIO  
**SOBRE EL COMERCIO**  
EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



[www.camaravalencia.com](http://www.camaravalencia.com)

Octubre 2014

---

01 | INTRODUCCIÓN

---

02 | DIFERENCIA ENTRE COMERCIO MINORISTA, ESTABLECIMIENTO  
COMERCIAL Y GRAN ESTABLECIMIENTO

---

03 | PROHIBICIONES DE VENDER. VENTAS Y OFERTAS PROHIBIDAS

---

04 | OBLIGACIÓN DE VENDER

---

05 | DERECHO DE DESESTIMIENTO (ARTÍCULO 71 DE LA LEY 3/2014)

---

06 | FORMA DE LOS CONTRATOS

---

07 | RESPONSABILIDAD POR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, ENTREGA  
DE LA GARANTÍA Y SERVICIO POSTVENTA

---

08 | PAGO A PROVEEDORES. APLAZAMIENTO Y ABONO DE INTERESES  
(ARTÍCULO 17 DE LA LEY 7/1996)

---

09 | LIBERTAD DE PRECIOS

---

10 | LIBERTAD DE HORARIOS COMERCIALES

---

11 | ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y VENTAS

---

12 | VENTAS ESPECIALES

---

13 | ACTIVIDAD COMERCIAL EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA

---

14 | INFRACCIONES Y SANCIONES

---

15 | MARCO NORMATIVO

## INTRODUCCIÓN

La Ley 3/2011, de 23 de marzo de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, enumera en su Art. 29 con carácter general, los principales objetivos de la política de ordenación comercial:

- a) Conseguir un comercio eficiente y moderno, al servicio de los consumidores, que actúe como factor de reequilibrio territorial, respetando el ejercicio de la libertad de empresa.
- b) Asegurar el mantenimiento de las condiciones de proximidad, accesibilidad, diversidad y servicio del comercio valenciano.
- c) Garantizar y proteger el derecho de libre elección por parte de los consumidores, extendiéndose ésta a la posibilidad de elección entre distintos establecimientos de una misma actividad y también entre formas comerciales diferentes, en las mejores condiciones posibles de precio, surtido y calidad, en un marco de competencia.
- d) Favorecer que el comercio ofrezca servicios eficaces y competitivos, en base a una continua adaptación de la oferta comercial a las preferencias de los consumidores.

Igualmente, la Ley 7/1996 de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, tiene por objeto principal establecer el régimen jurídico general del comercio minorista, así como regular determinadas ventas especiales y actividades de promoción comercial.

Por otra parte, es importante resaltar que el Decreto Ley 5/2012, de 6 de julio, del Consell, de medidas urgentes, aprueba modificaciones de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, con el fin primordial de impulsar la actividad comercial y la eliminación de cargas administrativas. Este Decreto Ley se dirige a tres ejes de acción:

- a) Incorporación de un nuevo procedimiento para el inicio y desarrollo de la actividad comercial y/o servicios, para posibilitar su ejercicio con la presentación de una comunicación previa o de una declaración responsable, eliminándose las licencias municipales que hasta ahora debían obtenerse con carácter previo al inicio de la actividad.
- b) Supresión del Registro de Actividades Comerciales. A partir de ahora sólo existe la obligación de darse de alta en los respectivos Registros del Estado para las modalidades de venta a distancia y franquiciadores. Por lo tanto, desaparecen las correspondientes sanciones autonómicas ligadas a dicho Registro, aunque por aplicación de la Ley 7/1996, del Estado, la competencia sancionadora por la no inscripción en los Registros estatales de las modalidades anteriores sigue siendo autonómica.
- c) Simplificación del procedimiento administrativo para la implantación, ampliación y modificación sustancial de establecimientos comerciales de impacto territorial: se reduce el plazo de tramitación de 6 a 3 meses, excluyendo de la aplicación de esta autorización a los establecimientos individuales que formen parte de centros o parques



comerciales que ya tengan autorización para el conjunto.

Los criterios para su concesión se deben ceñir fundamentalmente a la adecuación al planeamiento urbanístico, al futuro Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA) y a la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.

## 02 | DIFERENCIA ENTRE COMERCIO MINORISTA, ESTABLECIMIENTO COMERCIAL Y GRAN ESTABLECIMIENTO

Se entenderá por **actividad comercial** de carácter minorista la que se desarrolla profesionalmente con ánimo de lucro consistente en la oferta de cualquier clase de productos y/o servicios a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

También tendrá la consideración de actividad comercial la que realice el empresario o el profesional que por cuenta de otra persona, en nombre propio o ajeno, promueve y/o concluye actos u operaciones de comercio. (Art. 2 de la Ley 3/2011).

Tendrán la consideración de **establecimientos comerciales** los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma continuada o en días o en temporadas determinadas. Quedan incluidos en la definición anterior los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en el mismo, siempre que tengan el carácter de inmuebles de acuerdo con el artículo 334 del Código Civil (Art. 5 de la Ley 3/2011).

A nivel estatal, **gran establecimiento** es aquel que tiene una superficie de venta igual o superior a los 2.500 m<sup>2</sup>. Será preceptiva la obtención de una autorización comercial autonómica para la implantación de estos establecimientos comerciales. (Art 33.4 de la Ley 3/2011).

## 03 | PROHIBICIONES DE VENDER. VENTAS Y OFERTAS PROHIBIDAS

### a) Prohibiciones de vender:

No pueden vender las personas físicas o jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido, ni los empresarios individuales o sociales a quienes la normativa especial que regule la actividad que desarrollan les exija dedicación exclusiva.

Tienen prohibida la exposición y venta, los bancos y otras entidades financieras. (Art. 8 de la Ley 7/1996).

### b) Ventas prohibidas:

- La venta a pérdida (Art.14 de la ley 7/1996): aquella venta en la que el precio aplicado a un producto sea inferior al de adquisición según factura.

- La venta en pirámide: consistente en ofrecer productos o servicios al público a un precio inferior a su valor de mercado o de forma gratuita a condición de que se consiga la adhesión de otras personas (Art.23 de la ley 7/1996.)

### c) Ofertas prohibidas:

- Las que realicen aquellos establecimientos, creados para suministrar productos a colectivos especiales, que reciban ayudas o subvenciones, a personas ajenas a los mismos.





- Las ofertas conjuntas, dos o mas clases o unidades de artículos, (art. 76 en la Ley 3/2011), con las excepciones recogidas en la Ley 7/1996, art. 34.

#### ----- OBLIGACIÓN DE VENDER

04 | El comerciante está obligado a vender los artículos ofertados o expuestos, incluidos en sus escaparates, para su venta, con excepción de aquéllos en que se indique específicamente que no son objeto de la misma o que claramente formen parte de la instalación como elementos complementarios o meramente decorativos. (Art 24.5 de la Ley 3/2011).

Salvo en el caso de ofertas promocionales o de previsión normativa en contrario, no se puede limitar la cantidad de artículos a adquirir por cada comprador, ni fijar precios más elevados para compras que superen un determinado volumen. En caso de que las existencias fueran insuficientes para cubrir la demanda se atenderá a la prioridad temporal en la solicitud. (Art 24.6 de la Ley 3/2011).

#### ----- DERECHO DE DESISTIMIENTO (ARTÍCULO 71 DE LA LEY 3/2014)

05 | El consumidor y usuario dispondrá de un plazo mínimo de catorce días naturales para ejercer el derecho de desistimiento siempre que el empresario haya cumplido con el deber de información y documentación.

Cuando el consumidor y usuario haya ejercido el derecho de desistimiento, el empresario estará obligado a devolver las sumas abonadas por el consumidor y usuario sin retención de gastos. La devolución de estas sumas deberá efectuarse sin demoras indebidas y, en cualquier caso, antes de que hayan transcurrido 14 días naturales desde la fecha en que haya sido informado de la decisión de desistimiento del contrato por el consumidor y usuario

#### ----- FORMA DE LOS CONTRATOS

06 | Los contratos de compraventa a que se refiere la Ley 7/1996 no estarán sujetos a formalidad alguna. No obstante, el comerciante deberá expedir factura, recibo u otro documento análogo en el que deberán constar los derechos o garantías especiales del comprador y la parte del precio que, en su caso, haya sido satisfecha. (Art. 11 de la ley 7/1996).

El comprador podrá exigir la entrega de un documento en el que, al menos, conste el objeto, el precio y la fecha del contrato.



## 07 | RESPONSABILIDAD POR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, ENTREGA DE LA GARANTÍA Y SERVICIO POSTVENTA

El vendedor responderá de la calidad de los productos vendidos concediendo una garantía mínima de 2 años (ley 23/2003), en el caso de bienes de carácter duradero, sin perjuicio de las disposiciones legales o reglamentarias específicas para bienes o servicios concretos.

El productor o importador garantizará, en todo caso, la existencia de un adecuado servicio técnico, así como el suministro de piezas de repuesto durante 5 años a contar desde la fecha en que el bien hubiera dejado de fabricarse.

El derecho del comprador para recuperar un bien entregado para su reparación prescribe a los 3 años.

## 08 | PAGO A PROVEEDORES. APLAZAMIENTO Y ABONO DE INTERESES (ARTÍCULO 17 DE LA LEY 7/1996).

A falta de plazo expreso, se entenderá que los comerciantes deben efectuar el pago del precio de las mercancías que compren antes de treinta días a partir de la fecha de su entrega. Los comerciantes a quienes se efectúen las correspondientes entregas quedarán obligados a documentar, en el mismo acto, la operación de entrega y recepción con mención expresa de su fecha. Del mismo modo, los proveedores deberán indicar en su factura el día del calendario en que debe producirse el pago.

Los aplazamientos de pago de productos de alimentación frescos y de los perecederos no excederán de treinta días. Los aplazamientos de pago para los demás productos de alimentación y gran consumo no excederán del plazo de sesenta días, salvo pacto expreso en el que se prevean compensaciones económicas equivalentes al mayor aplazamiento y de las que el proveedor sea beneficiario, sin que en ningún caso pueda exceder el plazo de noventa días.

En el caso de aplazamientos superiores a noventa días, este documento será endosable a la orden. Para la concesión de aplazamientos de pago superiores a ciento veinte días, el vendedor podrá exigir que queden garantizados mediante aval bancario o seguro de crédito o caución.

En cualquier caso, se producirá el devengo de intereses moratorios en forma automática a partir del día siguiente al señalado para el pago o, en defecto de pacto, a aquel en el cual debiera efectuarse de acuerdo con lo establecido anteriormente.

## 09 | LIBERTAD DE PRECIOS

Los precios de venta de los productos y de prestaciones de los servicios serán libremente determinados por los comerciantes y ofertados, con carácter general, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación de defensa de la competencia y de competencia desleal, sin perjuicio de la normativa reguladora de la venta a pérdida y las excepciones establecidas en leyes especiales.

El precio de venta anunciado comprenderá la cantidad total que se haya de satisfacer el consumidor, con impuestos incluidos y gastos de entrega, cuando los haya (Art.27 de la Ley 3/2011).





## 10 RÉGIMEN DE LIBERTAD DE HORARIOS COMERCIALES

10 |

El Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, ha modificado la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales, limitando el margen de maniobra de las autonomías en la fijación de los mismos:

“El horario global en que los comercios podrán desarrollar su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana no podrá restringirse por las Comunidades Autónomas a menos de 90 horas.

En caso de que las Comunidades Autónomas decidan no hacer uso de esta opción, se entenderá que los comerciantes disponen de plena libertad para determinar las horas de apertura de sus establecimientos” (Art. 3.1 de la Ley 1/2004).

“El número mínimo de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público será de dieciséis. Las Comunidades Autónomas podrán modificar dicho número en atención a sus necesidades comerciales, incrementándolo o reduciéndolo, sin que en ningún caso se pueda limitar por debajo de diez el número mínimo de domingos y festivos de apertura autorizada.

Cada comerciante determinará libremente el horario correspondiente a cada domingo o día festivo en que ejerza su actividad.

La determinación de los domingos o días festivos en los que podrán permanecer abiertos al público los comercios, con el mínimo anual antes señalado, corresponderá a cada Comunidad Autónoma para su respectivo ámbito territorial, las cuales deberán atender de forma prioritaria al atractivo comercial de los días para los consumidores, de acuerdo con los siguientes criterios:

- La apertura en al menos un día festivo cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos continuados.
- La apertura en los domingos y festivos correspondientes a los períodos de rebajas.
- La apertura en los domingos y festivos de mayor afluencia turística en la Comunidad Autónoma.
- La apertura en los domingos o festivos de la campaña de Navidad.

(Art. 4 de la Ley 1/2004).



El Gobierno valenciano, condicionado por el decreto del Gobierno central y aprovechando la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos autonómicos de 2013, amplía el número mínimo de domingos y festivos de apertura para el comercio, que pasa de nueve a diez días.

Por su parte, en el modificado artículo 5 de la Ley 1/2004, se regulan los establecimientos sometidos a un régimen especial de horarios.

## ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y VENTAS

11 | Se consideran actividades de promoción de ventas:

- a) Las ventas en rebajas
- b) Las ventas en oferta o promoción
- c) Las ventas de saldos
- d) Las ventas en liquidación
- e) Las ventas con obsequio
- f) Las ofertas de venta directa

Dichas actividades 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 (Art. 18.4 de la Ley 7/1996).

En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas podrá condicionarse a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima de los precios (Art. 20.3 de la Ley 7/1996).

### a) Venta en rebajas (art.68 de la Ley 3/2011)

Es venta en rebajas aquella que oferta a un precio inferior artículos que ya han estado a la venta con anterioridad en el establecimiento. Está prohibido anunciar como tal, la venta de productos deteriorados o adquiridos expresamente para su rebaja. Los artículos tienen que haber sido ofertados a precio normal con una antelación mínima de un mes.

El Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad acaba con las restricciones a los periodos de rebajas:

“Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante. La duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante” (Art.25 de la Ley 7/1996).

Durante el tiempo que permanezcan las rebajas, el comerciante deberá tener las prendas doblemente marcadas. Es decir, en la etiqueta deberá figurar junto al precio normal, el precio rebajado.

### b) Ventas con descuento (Art. 27 de la Ley 7/1996)

Se consideran ventas en promoción o en oferta 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. Los artículos que vayan a comercializarse 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.





#### c) Venta de saldos (Art.28 de la Ley 7/1996)

Se considera venta de saldos, la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, 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.

No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

#### d) Venta en liquidación (Art. 77 de la Ley 3/2011)

La venta en liquidación es una venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva que únicamente puede tener lugar en los siguientes casos:

- Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- 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.

No pueden ser objeto de la venta en liquidación aquellos artículos que no formen parte de las existencias del establecimiento, ni los adquiridos por el comerciante con esta finalidad. La duración máxima de la venta en liquidación será de un año.

No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de productos similares a la anterior en el curso de los tres años siguientes, 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 (Art. 31 de la Ley 7/1996).

#### e) Ventas con obsequio (Art. 73 de la Ley 3/2011)

Ofertas de productos o servicios gratuitos o con precios especialmente reducidos, con el fin de promocionar las ventas, también serían de aplicación a los sorteos. En ningún caso irá dificultada la valoración de la oferta.

La entrega del obsequio debe hacerse en un plazo máximo de tres meses. Si se trata de ofrecimientos hechos en envases, el premiado puede ejercitar su derecho en un plazo de hasta tres meses, una vez terminada la promoción. Existen normas especiales para objetos de colección.



#### f) Ofertas de venta directa (Art. 83 de la Ley 3/2011)

Queda prohibido que, en la oferta al público de mercancías de cualquier clase, se invoque por el vendedor su condición de fabricante o mayorista, a menos que reúna las circunstancias siguientes:

- Que, en el primer caso, fabrique realmente la totalidad de los productos puestos a la venta y, en el segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas
- Que los precios ofertados sean los mismos que aplica a otros comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

## VENTAS ESPECIALES

12 |

Son ventas especiales:

- a) Las ventas a distancia
- b) La venta automática
- c) La venta ambulante o no sedentaria
- d) La venta en pública subasta
- e) La venta a domicilio

#### a) Ventas a distancia (Art. 48 de la Ley 3/2011)

Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, siempre que su oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor. Se incluyen, en particular, aquellas que se realicen mediante pedidos sobre catálogos previamente distribuidos a los posibles compradores.

Las empresas de ventas a distancia deberán comunicar en el plazo de tres meses el inicio de su actividad al Registro de ventas a distancia, que recogerá los datos que reglamentariamente se establezcan.

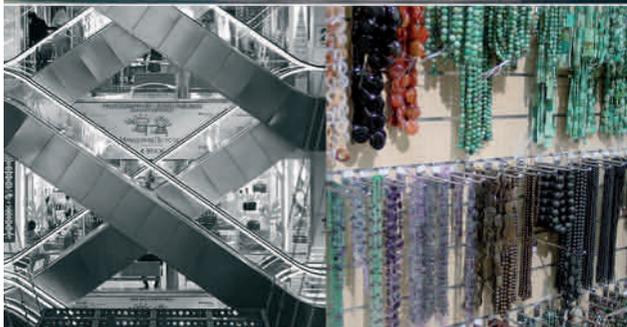
Las empresas de terceros países, no establecidas en España, que practiquen ventas a distancia en territorio español lo comunicarán directamente al Registro de ventas a distancia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el plazo de tres meses desde el inicio de la actividad. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio informará a las Comunidades Autónomas de las empresas de ventas a distancia registradas.

Del mismo modo, las Comunidades Autónomas comunicarán al Registro de ventas a distancia del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio las modificaciones que se produzcan en el registro autonómico correspondiente.

Las ofertas deberán ser claras y completas, incluyendo como mínimo los datos de identificación de la empresa oferente, la inscripción de la misma en el Registro antes citado (si se trata de empresa radicada en la Comunidad Valenciana), la descripción veraz y comprensible del producto ofrecido, el precio, las condiciones de pago, los gastos si son a cargo del comprador y el plazo de envío.

Está prohibido el envío al consumidor de artículos que no haya solicitado, salvo cuando se trate de muestras comerciales, y, en ningún caso, la falta de respuesta del mismo ante una oferta, podrá considerarse como aceptación de la misma.





#### b) Venta automática (Art.55 de la Ley 3/2011)

La venta automática es aquella que pone a disposición del consumidor el producto o servicio para que éste lo adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

Los distintos modelos de máquinas para la venta automática deberán cumplir la normativa técnica que les sea de aplicación.

Las máquinas deben permitir la recuperación automática del importe introducido en el caso de no facilitarse el artículo solicitado y en ellas deberá figurar con claridad la información referida al producto y al comerciante que le ofrece (tipo de producto, precio, identidad del oferente con dirección y teléfono donde se atiendan las reclamaciones), pero también la información relativa a la máquina que expende el producto (tipo de monedas, instrucciones para la obtención del producto y la acreditación del cumplimiento de la normativa técnica aplicable). (Art. 56 de la Ley 3/2011)

El dueño del local en que la máquina esté instalada y el de la máquina, responden solidariamente frente al comprador.

#### c) Venta ambulante o no sedentaria (Art. 43 de la Ley 3/2011).

Se considera venta ambulante o no sedentaria, la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda.

Para cada emplazamiento concreto, y para cada una de las modalidades de venta no



sedentaria que el comerciante se proponga ejercer, el comerciante deberá disponer de autorización que será otorgada por el ayuntamiento respectivo. (Art. 45 de la Ley 3/2011).

Según el Art. 47 de la Ley 3/2011, la regulación a través de las ordenanzas municipales, necesariamente, deberá especificar:

- Los perímetros o lugares determinados, públicos o privados, donde se podrá realizar la venta no sedentaria.
- El procedimiento y criterios que serán considerados para la autorización de la venta no sedentaria, y que atenderán, en particular, a los intereses de los consumidores y de los ciudadanos, como su movilidad y la adecuada prestación de los servicios públicos.
- Los criterios excepcionales que hayan de considerarse con ocasión de la celebración de las fiestas de la población y la organización de eventos públicos.
- El régimen de las diferentes modalidades de venta no sedentaria.
- El régimen de la venta no sedentaria realizada en espacios de titularidad privada.
- El régimen de infracciones y sanciones, de acuerdo con lo previsto en los artículos 139 a 141 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

#### d) Venta en pública subasta (Art.57 de la Ley 3/2011)

La celebración de una pública subasta consiste en ofertar, pública e irrevocablemente, la venta de un bien a favor de quien ofrezca, mediante el sistema de pujas y dentro del plazo concedido al efecto, el precio mas alto por encima de un mínimo, ya se fije éste inicialmente o mediante ofertas descendentes realizadas en el curso del propio acto.

#### e) Venta domiciliaria (Art.51 de la Ley 3/2011)

Se entiende por venta domiciliaria la realizada profesionalmente mediante la visita de un vendedor, o de sus empleados o agentes, al domicilio de los posibles compradores, tanto si se produce la entrega de la cosa vendida en el mismo momento como si no.

De igual manera, las realizadas en el lugar de trabajo del comprador, la llamada “venta en reunión” de un grupo de personas convocadas a petición del vendedor.

#### REQUISITOS (Art. 53 de la Ley 3/2011)

- 1) Depósito de una fianza caucional de garantía, ajustada a su volumen de negocio.
- 2) Mostrar a los consumidores la documentación en la que conste la identidad de la empresa y facilitar la información y las garantías establecidas para los contratos celebrados fuera de un establecimiento comercial.

No podrán ser objeto de venta domiciliaria, los productos alimenticios y aquéllos que no cumplan con las normas técnico-sanitarias o de seguridad (Art. 52 de la Ley 3/2011).

#### Venta piramidal (Art 54. de la Ley 3/2011):

Es ilícito crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el suministro de los productos o servicios.





### RESCISIÓN DEL CONTRATO

El comprador dispondrá de un período de 14 días para rescindir el compromiso de compra, con el simple requisito de hacérselo constar al comerciante, teniendo derecho a la devolución de las cantidades abonadas en concepto de señal o a cuenta

### ACTIVIDAD COMERCIAL EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA

- 13** | La actividad comercial en régimen de franquicia es la que se lleva a efecto en virtud de un acuerdo o contrato por el que una empresa, denominada franquiciadora, concede a otra, denominada franquiciada, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios.

Las personas físicas o jurídicas que pretendan desarrollar en España la actividad de franquiciadores, deberán inscribirse, en su caso, en el Registro de Franquiciadores de la Comunidad Valenciana, si es el caso.

### INFRACCIONES Y SANCIONES

- 14** | Constituye infracción administrativa en materia de comercio el incumplimiento de los mandatos y prohibiciones establecidos en esta ley y sus normas de desarrollo. Las infracciones a las normas de esta ley serán objeto de sanciones administrativas, previa la instrucción del correspondiente expediente sancionador, iniciado de oficio o por denuncia (Art. 102 de la Ley 3/2011).

Del expediente iniciado se dará cuenta, en su caso, a la jurisdicción penal, y a los demás órganos administrativos y judiciales competentes para la depuración de otras responsabilidades, y muy especialmente para la aplicación de la legislación sobre defensa de la competencia.

#### CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES

- Infracciones leves: Artículo 103 de la Ley 3/2011 (Apartado 2 suprimido por Decreto-ley 5/2012).
- Infracciones graves: Artículo 104 de la Ley 3/2011 (Apartado 2 modificado y 3 suprimido por Decreto-ley 5/2012).
- Infracciones muy graves: Artículo 105 de la Ley 3/2011.

### MARCO NORMATIVO

- 15** |
1. Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista.
  2. Ley Orgánica 2/1996 Complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista (nacional).
  3. Ley 3/2003, de Garantía en las ventas de bienes de consumo.
  4. Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista
  5. Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana.
  6. Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.
  7. Decreto Ley 5/2012, de 6 de julio, del Consell, de medidas urgentes para el impulso de la actividad comercial y la eliminación de cargas administrativas.
  8. Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.



## HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EN EL COMERCIO

- Diagnóstico del Punto de Venta.
- Planes Tutoriales de Gestión en el Comercio.
  - Mi escaparate: Cómo montar mi escaparate.
  - Mi tienda: Organización y distribución de secciones y familias.
  - Mi lineal: Cómo exponer mi producto.
  - Mi promoción: Promoción y animación.
- Cliente Misterioso.

## DIRECCIONES DE INTERÉS

### CONSELLERIA DE ECONOMÍA, INDUSTRIA, TURISMO Y OCUPACIÓN

Dirección General de Comercio y Consumo  
Ciudad Administrativa 9 d'Octubre. Torre 2.  
C/ Castán Tobeñas, 77.

46018 Valencia

Teléfono 012 - 963 866 000 - Fax 961 209 566

### SERVICIO TERRITORIAL DE COMERCIO DE VALENCIA

C/Gregorio Gea 27

46009 Valencia

Teléfono 012 – 963 866 000 – Fax: 963 866 606

### CÁMARA OFICIAL, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VALENCIA

Gestión de Proyectos

C/ Poeta Querol 15

46002 – Valencia

Teléfono 963 103 900 – Fax: 963 531 746

E-mail: [cinterior@camaravalencia.com](mailto:cinterior@camaravalencia.com)

[www.camaravalencia.com](http://www.camaravalencia.com)

**OCTUBRE 2014**

---

## OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN

- Qué debe saber un empresario sobre la franquicia.
- Cómo rentabilizar el punto de venta: el merchandising.
- Conceptos básicos de escaparatismo.
- Aplicación de técnicas de venta o cómo lograr clientes satisfechos.
- Guía de idiomas en el comercio.
- Buenas prácticas de atención al cliente (díptico y póster).
- Cómo incrementar las ventas en la Óptica.
- Criterios de atención al cliente en las empresas de servicio.
- Cómo aplicar las técnicas de merchandising en la Farmacia.



## **Cámara** Valencia

**Cámara de Comercio de Valencia.**

Gestión de Proyectos

C/ Poeta Querol, 15.

46002 Valencia

Tel. 963 103 900 - Fax 963 531 746

E-mail: [info@camaravalencia.com](mailto:info@camaravalencia.com)

[www.camaravalencia.com](http://www.camaravalencia.com)

impulsa tu **C**omercio al futuro

**Cámaras**  
de la Comunidad Valenciana



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

CONSELLERIA D'ECONOMIA,  
INDÚSTRIA, TURISME I OCUPACIÓ