

horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales de venta y distribución de mercancías, así como los días festivos de apertura y el número de horas diarias o semanales en los que ejercerá su actividad”.

El artículo 2 de la Ley 1/2004 dispone que: “En el ejercicio de sus competencias, corresponderá a las Comunidades Autónomas la regulación de los horarios para la apertura y cierre de los locales comerciales, en sus respectivos ámbitos territoriales, en el marco de la libre y leal competencia y con sujeción a los principios generales sobre ordenación de la economía que se contienen en la presente Ley”.

El artículo 4 de la misma Ley completa la precitada regulación en el sentido siguiente:

- “1.- El número mínimo de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público será de dieciséis.
- 2.- 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.
- 3.- Cada comerciante determinará libremente el horario correspondiente a cada domingo o día festivo de cada actividad.
- 4.- 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.
- 5.- Para la determinación de los domingos y festivos de apertura a los que se refieren los apartados 1 y 2, las Comunidades Autónomas deberán atender de forma prioritaria al atractivo comercial de los días para los consumidores, de acuerdo con los siguientes criterios:
  - a) La apertura en al menos un día festivo cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos continuados.
  - b) La apertura en los domingos y festivos correspondientes a los periodos de rebajas.
  - c) La apertura en los domingos y festivos de mayor afluencia turística en la Comunidad Autónoma.
  - d) La apertura en los domingos o festivos de la campaña de Navidad.

**CUARTO.** - PERIODO DE REBAJAS. El artículo 25 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista en la redacción dada por el Real Decreto-Ley 20/2012 de 13 de julio, establece la libertad del comercio para decidir sus propios periodos de rebajas y duración de las mismas. Así:

1. Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante.
2. La duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante.

**QUINTO.** - CRITERIOS PARA LA DETERMINACIÓN DE LOS FESTIVOS AUTORIZADOS.

Se parte de un principio básico elemental: la libertad de horarios preconizada en el artículo 1º de la Ley 1/2004 de 21 de diciembre de Horarios Comerciales: “ dentro del marco definido por esta Ley y por el que, en su caso, desarrollen las Comunidades Autónomas, cada comerciante determinará con plena libertad el horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales de venta y distribución de mercancías, así como los días festivos de apertura y el número de horas diarias o semanales en los que ejercerá su actividad”.

Cabe recordar que este principio se ha potenciado con la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, que profundiza en la liberalización de horarios ya operada por el Real Decreto-ley 20/2012.

Conforme al preámbulo de la Ley 18/2014, “se persiguen como objetivos la mejora del empleo y de las ventas, el aumento de la capacidad productiva del país, el fomento de la inversión empresarial para mantener la apertura de los establecimientos, la dinamización del consumo privado y el volumen de negocio del sector. Asimismo, las modificaciones en la Ley 1/2014 suponen una mejora del servicio a los consumidores y su libertad de elección, respondiendo así a los cambios sociales, maximizando los ingresos por turismo y aumentando el potencial turístico del país. Por otra parte, se señala un efecto positivo en la conciliación de la vida laboral y familiar y en la capacidad de competencia del comercio tradicional con el "online”.