

3. Otras disposiciones

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Resolución de 4 de diciembre de 2019, de la Dirección General de Comercio, por la que se aprueba el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2020.

El Texto Refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía, aprobado mediante Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo (BOJA núm. 63, de 30 de marzo), establece en su artículo 7.1 que corresponde a la Administración de la Junta de Andalucía y a los Ayuntamientos, en el ejercicio de sus funciones de vigilancia, la inspección de productos, actividades, instalaciones y establecimientos comerciales, así como solicitar cuanta información resulte precisa.

Asimismo, el artículo 7.2 del texto refundido establece que las funciones inspectoras en materia de comercio interior en la Administración de la Junta de Andalucía serán ejercidas por la Consejería competente en materia de comercio interior, a la que se adscriben los correspondientes servicios de inspección, sin perjuicio de las competencias que le puedan corresponder a otros órganos de la Administración de la Junta de Andalucía. Y añade al mismo tiempo, que la Consejería competente en materia de comercio interior, para el adecuado ejercicio de sus competencias, establecerá reglamentariamente las funciones, el régimen de actuación y la composición de los servicios de la inspección comercial, y elaborará los correspondientes planes de inspección, en coordinación con otros órganos de la Administración estatal, autonómica y local.

En desarrollo del citado artículo 7, se dicta la Orden de 12 de julio de 2011, de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, por la que se regula la inspección comercial de la Junta de Andalucía y los Planes de Inspección, cuyo artículo 13, establece que la Dirección General de Comercio elaborará los correspondientes Planes de Inspección Comercial con la periodicidad de un año, los cuales constituyen el marco básico de la actuación inspectora sobre la materia.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, y de conformidad también con lo establecido en el Decreto 104/2019, de 12 de febrero, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad,

R E S U E L V E

Primero. Aprobación del Plan.

Se aprueba el Plan de Inspección Comercial en la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2020, cuyo contenido se recoge en los siguientes puntos.

Segundo. Vigencia del Plan de Inspección.

De conformidad con lo previsto en el artículo 13 de la Orden de 12 de julio de 2011, por la que se regula la inspección comercial de la Junta de Andalucía y los Planes de Inspección, el presente Plan de Inspección constituye el marco básico de la actuación inspectora en materia comercial y tendrá una duración de un año, desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2020.

Tercero. Objetivos del Plan de Inspección.

Los objetivos del Plan de Inspección Comercial, tal y como se establece en el artículo 13 de la Orden de 12 de julio de 2011, serán los siguientes:

a) Informar a las personas comerciantes de los requisitos legales derivados de la práctica del comercio interior en Andalucía, con el objetivo de que se consiga el desarrollo

óptimo de su actividad comercial y repercute directamente en su beneficio y en el de las personas consumidoras.

b) Establecer la planificación de las actuaciones que sean adecuadas para velar por el respeto de la normativa vigente en materia de comercio interior.

c) Proporcionar al personal de inspección la formación necesaria para el ejercicio de sus funciones.

Cuarto. Campañas de Inspección y actuaciones.

1. El presente Plan de Inspección estará compuesto por las siguientes campañas, las cuales vienen desarrolladas en el Anexo I que se acompaña a la presente resolución:

1. CAMPAÑAS INSPECTORAS DE CARÁCTER TRANSVERSAL.

1.1. CAMPAÑA GENERAL DE INFORMACIÓN SOBRE LA NORMATIVA COMERCIAL.

1.2. CAMPAÑA SOBRE COMPROBACIÓN DE LAS ALTAS EN EL REGISTRO DE COMERCIANTES Y ACTIVIDADES COMERCIALES DE ANDALUCÍA.

2. CAMPAÑAS INSPECTORAS ESPECÍFICAS.

2.1. CAMPAÑA SOBRE HORARIOS COMERCIALES Y DE COMPROBACIÓN DE LAS EXCEPCIONES DEL ART. 20.1B) Y E) DEL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA.

2.2. CAMPAÑA SOBRE VENTAS EN REBAJAS.

2.3. CAMPAÑA SOBRE VENTAS DE SALDOS.

2.4. CAMPAÑA SOBRE VENTAS EN LIQUIDACIÓN.

2.5. CAMPAÑA SOBRE FERIAS DE OPORTUNIDADES.

2.6. CAMPAÑA SOBRE VENTAS PROMOCIONALES: «BLACK FRIDAY» O «VIERNES NEGRO», «MID SEASON SALES», ETC.

2.7. CAMPAÑA SOBRE VENTAS A DISTANCIA (COMERCIO ELECTRÓNICO).

2. Con independencia de las campañas referidas en el punto anterior, la Inspección Comercial deberá realizar las visitas de inspección o requerimientos de documentación que sean necesarios para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de comercio interior, y en concreto en los siguientes supuestos:

a) A solicitud de la Dirección General de Comercio o de la Delegación Territorial competente en materia de comercio interior, bien por propia iniciativa o como consecuencia de orden superior, comunicaciones, inhibiciones de otros órganos o ya sea por denuncia o reclamación.

b) Por iniciativa del personal de inspección, cuando así lo exija la efectividad y oportunidad de la actuación inspectora o cuando se tenga conocimiento por cualquier medio de posibles infracciones, como consecuencia de orden superior, comunicaciones o inhibiciones de otros órganos o por denuncia o reclamación.

3. En la página web de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, se publicará la información necesaria de las campañas de inspección para que las personas comerciantes puedan realizar una evaluación previa, a fin de reducir el número de posibles incumplimientos de la normativa aplicable.

Quinto. Programación temporal y geográfica de las actuaciones.

1. Las actuaciones descritas en las correspondientes campañas inspectoras se realizarán de manera similar en todas las provincias de Andalucía, y de modo homogéneo en sus capitales y en el resto de los municipios de mayor importancia socioeconómica y tejido comercial.

2. La programación temporal de las actuaciones será la que, para cada campaña inspectora, se dispone en el Anexo II del presente Plan de Inspección.

Sexto. Seguimiento del Plan.

Para un correcto seguimiento de las diferentes actuaciones inspectoras descritas en el presente Plan, por el personal de la Inspección Comercial se deberán realizar:

a) Informes de cada campaña: Estos Informes deberán ser remitidos dentro de los quince días siguientes a la finalización de cada campaña, al que se acompañará un

resumen de datos cuantitativos y porcentuales, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio para las respectivas campañas.

b) Memoria: La Memoria tendrá como fin la elaboración de un resumen anual que incluya todos los aspectos relacionados con la ejecución del presente Plan de Inspección. Dicha memoria habrá de ser remitida a esta Dirección General antes del 31 de enero del año siguiente a la finalización del Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2020.

Sevilla, 4 de diciembre de 2019.- La Directora General, Lorena Garrido Serrano.

ANEXO I

PLAN DE INSPECCIÓN COMERCIAL DE ANDALUCÍA PARA EL AÑO 2020

1. CAMPAÑAS INSPECTORAS DE CARÁCTER TRANSVERSAL.
 - 1.1. CAMPAÑA GENERAL DE INFORMACIÓN SOBRE LA NORMATIVA COMERCIAL.
 - 1.2. CAMPAÑA SOBRE COMPROBACIÓN DE LAS ALTAS EN EL REGISTRO DE COMERCIANTES Y ACTIVIDADES COMERCIALES DE ANDALUCÍA.
2. CAMPAÑAS INSPECTORAS ESPECÍFICAS.
 - 2.1. CAMPAÑA SOBRE HORARIOS COMERCIALES Y DE COMPROBACIÓN DE LAS EXCEPCIONES DEL ART. 20.1B) Y E) DEL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA.
 - 2.2. CAMPAÑA SOBRE VENTAS EN REBAJAS.
 - 2.3. CAMPAÑA SOBRE VENTAS DE SALDOS.
 - 2.4. CAMPAÑA SOBRE VENTAS EN LIQUIDACIÓN.
 - 2.5. CAMPAÑA SOBRE FERIAS DE OPORTUNIDADES.
 - 2.6. CAMPAÑA SOBRE VENTAS PROMOCIONALES: «BLACK FRIDAY» O «VIERNES NEGRO», «MID SEASON SALES», ETC.
 - 2.7. CAMPAÑA SOBRE VENTAS A DISTANCIA (COMERCIO ELECTRÓNICO).

1. CAMPAÑAS INSPECTORAS DE CARÁCTER TRANSVERSAL.

Se trata de aquellas actuaciones inspectoras dirigidas a informar sobre la aplicación de la normativa vigente en materia de comercio interior a tener en cuenta por las personas comerciantes, y que complementarán a todas las visitas inspectoras que se realicen en ejecución de las Campañas Inspectoras Específicas contempladas en el presente Plan de Inspección.

1.1. Campaña general de información sobre la normativa comercial.

Justificación y objetivos.

Las actuaciones llevadas a cabo mediante esta campaña van dirigidas a informar a las personas comerciantes sobre la normativa reguladora de la actividad comercial y horarios comerciales, haciendo especial hincapié en el régimen general de horarios comerciales y actividades promocionales de venta. Para ello se entregarán folletos informativos, y así mismo se darán las indicaciones adecuadas para el acceso a la página web de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad para su mayor información.

Con objeto de que dicha información llegue al mayor número de empresas comerciales posible, se remitirán, igualmente, folletos informativos a las distintas asociaciones y organizaciones representativas del sector para su distribución entre sus empresas asociadas.

Esta campaña tiene por objeto realizar visitas a los establecimientos comerciales a fin de concienciar a las personas comerciantes de la obligatoriedad del cumplimiento de la normativa en materia de comercio, que en definitiva, redunda en su propio beneficio y en el de las personas consumidoras, potenciando de este modo la actuación de la inspección

de comercio en su vertiente de apoyo y asesoramiento al sector y en su labor preventiva para eliminar y corregir determinadas conductas ilícitas.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas informativas se realizarán a los establecimientos comerciales sobre los que no se hayan girado visita informativa en los últimos dos años y se llevarán a cabo a lo largo de todo el año 2020.

- Visitas informativas.

Tendrán por objeto concienciar a quienes desarrollen su actividad comercial en Andalucía de los requisitos legales derivados de la práctica del comercio interior, de manera que tengan un pleno conocimiento de los mismos que les permita el desarrollo óptimo de su actividad comercial y que repercuta directamente en su beneficio y en el de las personas consumidoras.

En el caso de que en la citada visita se observara algún incumplimiento de la normativa vigente en materia de comercio interior, la Inspección Comercial requerirá a las personas titulares de los establecimientos comerciales o las personas empleadas en los mismos para que, en el menor tiempo posible, adecúe su actividad a la normativa vigente y subsane los defectos detectados, dejando constancia de ese requerimiento en la correspondiente acta de inspección. En el caso de que fuese necesario, por la Inspección Comercial se habrá de girar una posterior visita de inspección a fin de comprobar si se ha cumplido con el citado requerimiento. En el caso de que los incumplimientos se hubiesen subsanado, se procederá al archivo de las actuaciones iniciadas.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

1.2. Campaña sobre comprobación de las altas en el registro de comerciantes y actividades comerciales de Andalucía.

Justificación y objetivos.

Se hace preciso mantener la oportuna actualización y funcionamiento del Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía, a fin de garantizar la veracidad de la información registrada y que de esta forma la información registral proporcionada permita desarrollar políticas públicas sobre el sector adecuadas y eficaces, facilitar el ejercicio de las funciones de control y tutela de los intereses públicos del comercio y mantener un censo comercial permanente en Andalucía.

Los objetivos que se persiguen con la presente campaña inspectora son:

1. Corregir los posibles incumplimientos de la normativa reguladora del Registro.
2. Evitar falsedades o incorrecciones en las declaraciones responsables en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía.
3. Mejorar la competitividad del sector comercial.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas inspectoras a los establecimientos comerciales se realizarán a lo largo de todo el año y se procurará que al menos el 50% de los establecimientos comerciales visitados sean establecimientos de multiproductos, tiendas de conveniencia y de precios reducidos «tipo bazar» que estén dados de alta en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía.

Se parte de la obligatoriedad de que las personas titulares de establecimientos que ejerzan su actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Andalucía comuniquen al Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía el comienzo y

finalización de dicha actividad y de sus posibles modificaciones, así como la comprobación de que las declaraciones responsables aportadas se adecúen a la realidad de la actividad comercial desarrollada y del establecimiento.

- Visitas de inspección.

Se realizarán visitas de inspección a lo largo de todo el año a las personas comerciantes inscritas en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía. Todo ello sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, así como de las visitas inspectoras giradas en ejecución del resto de las campañas recogidas en el presente Plan.

- Otras actuaciones inspectoras.

De conformidad con el Acuerdo Marco de colaboración entre la Consejería competente en materia de Inspección de Consumo y la Consejería competente de la Inspección Comercial de fecha 19 de febrero de 2013, la Inspección Comercial, igualmente habrá de informar a la persona titular del establecimiento comercial o persona encargada del mismo de lo siguiente:

1. Que los precios de venta al público deben estar en todos los artículos, y ser visibles y legibles, y completos (impuestos incluidos).

2. Que todos los establecimientos comerciales deben disponer de los correspondientes Libros de Quejas y Reclamaciones, a disposición de las personas consumidoras y usuarias, y de cartel anunciador del mismo en lugar visible.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2. CAMPAÑAS INSPECTORAS ESPECÍFICAS.

Se trata de aquellas campañas inspectoras dirigidas a la comprobación del cumplimiento de los requisitos específicos establecidos en la normativa comercial vigente para el ejercicio de la actividad comercial referidos a la apertura comercial y horarios o tipologías de venta que se lleven a cabo por las personas comerciantes.

2.1. Campaña sobre horarios comerciales y de comprobación de las excepciones del art. 20.1b) y e) del texto refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía.

Justificación y objetivos.

La regulación de los horarios comerciales en nuestra Comunidad Autónoma es una pieza clave del modelo comercial andaluz, urbano y socialmente rentable y sostenible, consensado entre la administración autonómica y los agentes económicos y sociales, y que garantiza el equilibrio y la convivencia de la pluralidad de formatos comerciales existentes. Por tanto, la Inspección Comercial habrá de velar por el efectivo cumplimiento de las previsiones normativas sobre horarios comerciales.

Los objetivos de la presente campaña son:

1. Evitar incumplimientos del régimen de horarios comerciales y por tanto de la competencia desleal respecto a otros establecimientos comerciales.

2. Comprobar que las especialidades del artículo 20.1 b) y e) del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía (en adelante TRLCIA) sobre las denominadas Tiendas de Conveniencia y establecimientos comerciales individuales, que no formen parte de un establecimiento colectivo y dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 m², excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa, según la legislación vigente.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a realizar por la Inspección Comercial a los establecimientos comerciales se realizarán preferentemente en los meses de marzo a octubre del ejercicio 2020, procurando de que al menos el 50% de los establecimientos visitados sean establecimientos de multiproductos y de precios reducidos «tipo bazar». El otro 50% restante se dividirá entre establecimientos que obtuvieron el certificado de Tienda de Conveniencia por la Dirección General de Comercio o funcionen como tal para la apertura del establecimiento en domingo o festivo no autorizado, con objeto de comprobar si cumplen los requisitos establecidos en el TRLCIA para su consideración como tal, y establecimientos comerciales individuales, que no formen parte de un establecimiento colectivo y dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 m², excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa según la legislación vigente.

- Visitas de Inspección.

Se realizarán visitas de inspección a lo largo de todo el año a los establecimientos comerciales que se encuentren dentro del Régimen General de Horarios Comerciales así como los que se consideren dentro de las excepciones establecidas en el art. 20.1.b) y e) del TRLCIA. Todo ello, sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad.

Se hará especial hincapié en comprobar si los establecimientos denominados «Tienda de Conveniencia» cumplen los requisitos establecidos en la normativa para su consideración, verificando si se cumple el horario de 18 horas al día mínimo o distribuyen su oferta de forma similar entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, videos, juguetes, regalos y artículos varios, o si por el contrario están sujetas al Régimen General de horarios.

Del mismo modo se comprobarán si las declaraciones responsables que las personas titulares (físicas o jurídicas) de los establecimientos comerciales hicieron en su momento al solicitar el certificado de Tienda de Conveniencia se cumplen efectivamente.

Así mismo, se inspeccionarán los establecimientos comerciales individuales, que no formen parte de un establecimiento colectivo, y dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300 m² excluidos los que pertenezcan a empresas o grupos de distribución que no sean pequeñas y medianas empresas, para comprobar si se adecuan a la excepción establecida en la norma o bien están sujetos al Régimen General de Horarios.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2.2. Campaña sobre ventas en rebajas.

Justificación y objetivos.

El TRLCIA regula en su título V, capítulo II, las Ventas Promocionales, entendidas como aquellas que ofrecen a las personas consumidoras productos en condiciones más ventajosas que las habituales en el comercio, mediante descuentos, regalos, premios o cualquier otro tipo de incentivos.

En el TRLCIA se establecen una serie de características y requisitos que deben respetar este tipo de ventas, especialmente en cuanto a la información o publicidad de las mismas, la separación o el precio de los productos. En este sentido, hay que mencionar la reciente modificación del artículo 68 del Texto Refundido, con motivo de la

publicación de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación (BOJA núm. 227, de 25 de noviembre), que dispone en su Disposición final quinta, que las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo con claridad, junto al precio habitual y sin superponerlo, el precio rebajado en cada uno de ellos y que tanto en la publicidad como en la información ofrecida a las personas consumidoras sobre las ventas en rebajas, se indicarán las fechas de comienzo y final de las mismas. Asimismo, el artículo 83.d) del mismo texto legal ha sido modificado por la referida Ley, disponiendo que será infracción leve la realización de venta en rebajas fuera del periodo estacional anunciado por el comerciante, así como el anuncio de la venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos en el mismo, salvo que se anuncie cada producto o artículo en concreto.

La exigencia de estos requisitos tiene como finalidad que esta práctica promocional no suponga un menoscabo en los derechos y garantías de las personas consumidoras, y por ende no provoque incertidumbre e inseguridad que redundará en una menor calidad y competitividad en el sector comercial.

Los objetivos que se persiguen con esta campaña son los siguientes:

1. Evitar fraudes de ley y prácticas ilícitas.
2. Impedir la posible confusión e indefensión de las personas consumidoras.
3. Mejorar la competitividad del sector comercial.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas inspectoras a los establecimientos comerciales se girarán en torno a los tradicionales periodos estacionales de rebajas de invierno y de verano durante los meses de enero-febrero y julio-agosto.

Las inspecciones se llevarán a cabo en aquellos establecimientos comerciales que publiciten rebajas u otro tipo de ventas promocionales.

Con carácter previo al inicio de la campaña, se mantendrá una reunión previa en cada provincia entre los Servicios de Consumo y de Comercio de cada Delegación Territorial competente con el objetivo de coordinar y planificar las actuaciones inspectoras tanto de consumo como de comercio, respecto a los tipos de establecimientos comerciales a visitar, a fin de evitar que se puedan repetir actuaciones inspectoras en un mismo establecimiento y, asimismo, lograr la mayor eficiencia, eficacia y agilidad en la actuación inspectora en general.

No obstante lo anterior, si se detectara que los establecimientos comerciales inician las tradicionales rebajas estacionales durante los meses de diciembre o junio se podrán llevar a cabo las actuaciones de inspección con antelación a la fecha genérica de realización.

- Visitas de inspección.

Las visitas de inspección se realizarán durante los tradicionales periodos estacionales de rebajas de invierno y verano, y en concreto durante los meses de enero-febrero y julio-agosto.

Su objetivo será inspeccionar las condiciones de las ofertas, duración de las mismas y verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa vigente para la venta en rebajas. En el caso de girar visita inspectora correspondiente a otra campaña del presente Plan y se compruebe la existencia de rebajas en los establecimientos comerciales, deberá cumplimentarse por parte de la Inspección Comercial el «protocolo de inspección sobre ventas en rebajas».

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, antes del 16 de marzo (en el caso de rebajas de invierno) y del 16 de septiembre (en el caso de rebajas de verano), el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la

valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2.3. Campaña sobre ventas de saldos.

Justificación y objetivos.

Diferentes establecimientos comerciales de Andalucía utilizan como reclamos publicitarios de sus productos determinadas ventas promocionales, si bien la experiencia de actuación inspectora demuestra que no siempre se corresponden los tipos de ventas anunciadas con las que efectivamente se están realizando.

En este sentido, cada vez son más frecuentes los anuncios en los diferentes establecimientos de ventas de saldos, a través de las denominaciones de «outlet» o «factory», y en muchos casos, se comprueba que en este tipo de ventas no se cumplen con todos los requisitos que para estas promociones se establecen en Título V del TRLCIA, teniendo siempre como objetivo predominante la defensa de los derechos de las personas consumidoras y, especialmente, su derecho a la información en relación a aquellas.

Al margen de la venta puntual de saldos en establecimientos comerciales, el fenómeno de los outlet o tiendas factorys está experimentando en los últimos años una fase de rápido crecimiento, tanto en la demanda como en la oferta. Se denomina como factory o outlet al establecimiento comercial especializado en la venta de productos en inventario o de una temporada anterior, siendo por tanto el precio inferior al habitual. En estas tiendas también se venden productos con pequeños defectos, a precios muy rebajados. A veces, los productos son vendidos en el espacio comercial del mismo fabricante (o dado en administración a terceros); más frecuente es la fórmula del centro comercial outlet, monomarca o multimarca, recogidas bajo una misma estructura con servicios comunes. El servicio suele estar orientado al autoservicio por parte de las personas consumidoras. Los derechos de las personas consumidoras en el ámbito de la adquisición efectuada en un outlet son exactamente los mismos que en cualquier otra tienda en cuanto a defectos de la mercancía, devoluciones, garantía, etc.

La campaña sobre venta de saldos tiene los siguientes objetivos:

1. Identificar los establecimientos comerciales que realicen con carácter puntual ventas de saldos y comprobar si cumplen con los requisitos que la normativa vigente establece para este tipo de ventas, en relación con lo dispuesto en el artículo 84.i.10 del Texto Refundido, que considera infracción grave la oferta como saldos de objeto cuyo valor de mercado no se encuentre manifiestamente disminuido como consecuencia de su deterioro, desperfecto, pérdida de actualidad o cualesquiera otras circunstancias que afecten a su naturaleza o a su utilidad.

2. Identificar los establecimientos comerciales que realicen con carácter permanente ventas de saldos y comprobar si cumplen con los requisitos que la normativa vigente establece para este tipo de ventas, en relación con lo dispuesto en el artículo 84.i.11 del Texto Refundido, que considera infracción grave la oferta de saldos en establecimientos que practiquen este tipo de ventas con carácter no habitual de productos adquiridos para tal fin, o que no hubieran estado puestos a la venta con anterioridad.

3. Evitar incumplimientos en la realización de este tipo de ventas promocionales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.

4. Impedir prácticas comerciales desleales para las personas consumidoras y usuarias.

5. Mejorar la competitividad del sector comercial.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas inspectoras a los establecimientos comerciales se realizarán durante todo el año, y para la elección de los establecimientos a visitar se atenderá a todos aquellos

que publiciten en sus escaparates o en publicidad ventas de saldos o denominaciones similares.

- Visitas de Inspección.

La Inspección Comercial realizará visitas de inspección a los establecimientos que publiciten dicha venta promocional. Su objetivo será inspeccionar las condiciones de dichas ventas y verificar el cumplimiento de los requisitos que la normativa vigente establece para las ventas en saldos y deberán cumplimentarse, en su caso, los protocolos de inspección sobre «ventas de saldos».

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2.4. Campaña sobre ventas en liquidación.

Justificación y objetivos.

Las ventas en liquidación tienen carácter excepcional y su finalidad es extintiva respecto de determinadas existencias de productos, que anunciada con esta denominación u otra equivalente, es llevada a cabo en los casos de cese total o parcial de la actividad comercial, en la modificación sustancial en la orientación del negocio y en el cambio de local o realización de obras de importancias en el mismo.

La campaña sobre ventas en liquidación tiene los siguientes objetivos:

1. Identificar los establecimientos comerciales que realicen ventas en liquidación.
2. Comprobar si cumplen con los requisitos que la normativa vigente establece para este tipo de ventas, previsto en los artículos 76 y 77 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía.
3. Verificar que todas las ventas en liquidación que se anuncian en establecimientos comerciales, se encuentran dentro de los supuestos recogidos expresamente en el TRLCIA.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas inspectoras a los establecimientos comerciales se realizarán durante todo el año, y para la elección de los establecimientos a visitar se atenderá a todos aquellos que publiciten en sus escaparates o en publicidad ventas en liquidación o denominaciones similares.

- Visitas de inspección.

La Inspección Comercial realizará visitas de inspección a los establecimientos que publiciten dicha venta promocional. Su objetivo será inspeccionar las condiciones de dichas ventas y verificar el cumplimiento de los requisitos que la normativa vigente establece para las ventas en liquidación, y deberán cumplimentarse, en su caso, los protocolos de inspección sobre «ventas en liquidación».

Asimismo, la Inspección Comercial habrá de girar visita de todos aquellos establecimientos comerciales que comuniquen a la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad el inicio de una venta en liquidación, siguiendo, en todo caso, el procedimiento previsto en los apartados anteriores, esto es, una primera visita informativa y, en caso de observarse algún tipo de incumplimiento y tras el requerimiento de subsanación de diez días hábiles, girar nueva visita, esta vez de inspección. Todo ello a fin de comprobar si efectivamente esas ventas se incluyen dentro de los supuestos expresamente previstos en el artículo 76 del TRLCIA.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días

naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2.5. Campaña sobre ferias de oportunidades.

Justificación y objetivos.

Las Ferias de Oportunidades son un fenómeno que se inserta en nuestra tradicional estructura comercial, y cuya práctica se ha venido observando que se está extendiendo progresivamente, generando dudas e inseguridades, tal y como reflejan las numerosas consultas y denuncias recibidas en la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, tanto del propio sector comercial como de las asociaciones representativas de las personas consumidoras y usuarias.

Este tipo de ventas promocionales se encuentra regulada en una Sección específica dentro de las ventas promocionales en los artículos 78 bis, ter y quarter del TRLCIA, donde se establece su definición, los requisitos generales que han de cumplirse para su celebración y las obligaciones de información, tanto por la entidad organizadora del evento como de las propias personas comerciantes participantes.

La campaña inspectora sobre Ferias de Oportunidades persigue los siguientes objetivos:

1. Verificar que las Ferias de Oportunidades promovidas ya sea por las personas comerciantes, sus asociaciones o entidades representativas o bien por cualquier entidad pública o privada, son celebradas fuera del establecimiento comercial habitual de cada persona comerciante.

2. Comprobar que los productos se venden en condiciones más ventajosas que las habituales, beneficiando con ello a las personas consumidoras.

3. Constatar que las ventas realizadas en estas Ferias de Oportunidades cumplen los requisitos previstos en el TRLCIA respecto a este tipo de ventas promocionales.

4. Evitar incumplimientos en la realización de este tipo de ventas promocionales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.

5. Impedir prácticas comerciales desleales para las personas consumidoras y usuarias.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas inspectoras se realizarán a lo largo de todo el año, cuando se tenga conocimiento de la celebración de este tipo de eventos en el ámbito de la provincia andaluza correspondiente.

- Visitas de inspección.

En el caso de que sea recibida una comunicación previa por parte de una entidad organizadora para la celebración de una Feria de Oportunidades, se habrá de revisar tal comunicación y, en el caso de verificar que la actividad descrita no cumple con los requisitos previstos en el TRLCIA, se le efectuará el correspondiente requerimiento para que pueda subsanar los mismos en el plazo máximo de 10 días hábiles desde que tenga entrada la comunicación previa.

Asimismo, si la Inspección Comercial tuviera conocimiento de que se pudiera celebrar uno de estos eventos sin que se haya realizado la oportuna comunicación previa, se habrá de dirigir a la entidad organizadora a fin de que por esta se proceda al cumplimiento de la ley.

Se realizará una visita de inspección en cada una de las Ferias de Oportunidades que sean comunicadas a la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, a fin de comprobar que efectivamente cumplen con lo establecido en la Sección 5.ª del Capítulo II del Título V del TRLCIA.

Igualmente, habrá de realizarse una visita de inspección si la Inspección Comercial tuviera conocimiento de la celebración de uno de estos eventos sin que se haya realizado la oportuna comunicación previa.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2.6. Campaña sobre ventas promocionales: «Black Friday» o «Viernes Negro», «Mid Season Sales», etc.

Justificación y objetivos.

Las ventas en promoción o en oferta se encuentran reguladas en el capítulo III del título V del TRLCIA.

El artículo 59 del TRLCIA define las ventas promocionales como aquellas que ofrezcan a las personas consumidoras productos en condiciones más ventajosas que las habituales en el comercio, mediante descuentos, regalos, premios o cualquier tipo de incentivos.

Las personas comerciantes vienen haciendo uso cotidiano de este tipo de venta promocional, en especial, durante los meses inmediatamente anteriores a los meses tradicionales dedicados a la venta en rebajas multiplicándose en los escaparates de nuestras ciudades la publicidad de distintas ofertas con fuertes reducciones de los precios habituales.

En los últimos tiempos se ha venido detectando el auge de determinadas promociones venidas de otros países llamadas «Viernes Negro» o «Black Friday», «Mid season sales», etc y que a día de hoy la promoción de estos días por parte de las distintas empresas comerciales se encuentra consolidada en nuestra comunidad autónoma.

Todo ello exige de la Inspección Comercial la debida vigilancia para evitar abusos que perjudiquen los derechos de las personas consumidoras así como la realización de prácticas antijurídicas que toda buena persona comerciante debe desechar.

La presente campaña inspectora persigue los siguientes objetivos:

1. Evitar confusión e indefensión de las personas consumidoras.
2. Evitar fraudes e incumplimientos legales por parte de las personas comerciantes.
3. Mejorar la competitividad del sector comercial.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas inspectoras se realizarán durante todo el año en establecimientos comerciales que publiciten ventas de promoción o en oferta con esa denominación u otra similar.

Las visitas inspectoras a los establecimientos comerciales que promocionen de «Black Friday o Viernes negro» se realizaran durante el mes de noviembre.

No obstante, si se detectara que los establecimientos comerciales inician la promoción de «Mid Season Sales» o similar, se podrán poner en marcha las actuaciones de inspección desde la fecha en que se detecten.

- Visitas de inspección.

Las visitas de inspección se llevarán a cabo mediante visitas giradas a los establecimientos comerciales que anuncien este tipo de ventas promocionales con el objetivo de inspeccionar la publicidad e información de los productos sobre las condiciones de las ofertas, duración de las mismas y verificar el cumplimiento de los requisitos que la normativa vigente establece para la ventas promocionales, comprobar la debida separación entre los distintos tipos de ventas promocionales y que la persona comerciante dispone de existencias suficientes de los productos ofertados.

En el caso de existencia de promociones en los establecimientos comerciales, deberá cumplimentarse el «protocolo de inspección sobre ventas promocionales».

Las visitas de inspección se realizarán durante el periodo publicitado por los establecimientos de «Black Friday», «Mid season Sales» o cualquier otro tipo de oferta o promoción.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones inspectoras contenidas en esta campaña, la Inspección Comercial remitirá a la Dirección General de Comercio, dentro de los 15 días naturales siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio.

2.7. Campaña sobre ventas a distancia (comercio electrónico).

Justificación y objetivos.

El comercio electrónico o comercio por internet es uno de los sectores comerciales de mayor crecimiento en los últimos años y constituye una práctica totalmente implantada en nuestra sociedad. Cada año aumenta el número de personas que efectúan sus compras a través de internet. La sociedad está cambiando sus hábitos de compra, y es una realidad que la Inspección de Comercio no puede obviar.

Actualmente, la venta a distancia encuentra su regulación en los artículos 45 a 48 del TRLCIA.

La campaña sobre ventas a distancia o comercio electrónico tiene los siguientes objetivos:

1. Garantizar la seguridad en las compras a las personas consumidoras.
2. Evitar fraudes e incumplimientos legales por parte de las personas comerciantes.
3. Comprobar el cumplimiento de la normativa, tanto de los artículos 45 a 48 del TRLCIA, específicos de las ventas a distancia, como de los artículos referidos a las ventas promocionales, pues muchas de estas ventas se realizan de forma Online.

Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación.

La campaña se realizará en el segundo semestre de 2020, haciendo especial hincapié cuando coincida con ventas promocionales como Black Friday o en periodo de rebajas, y se distribuirá el análisis de las páginas web por provincias y productos con el fin de que no se inspeccionen las mismas páginas por varias provincias.

Se comprobará el cumplimiento del artículo 47 del TRLCIA relativo a la publicidad, y en caso de coincidir con algún tipo de venta promocional, a fin de comprobar que se cumplen también los requisitos exigidos a estas.

- Actuación inspectora.

La actuación inspectora consistirá en el análisis de las ventas publicitadas en la página web de la empresa a inspeccionar. En caso de que se observara alguna irregularidad, la Inspección Comercial levantará la correspondiente acta de inspección.

Se deberán cumplimentar los protocolos de inspección sobre «ventas sobre comercio electrónico» elaborados por la Dirección General.

Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones se procederá a enviar a la Dirección General de Comercio dentro de los 15 días siguientes al término de cada semestre de la campaña, el correspondiente informe respecto a las inspecciones realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que será remitido por la Dirección General de Comercio.

ANEXO II

PROGRAMACIÓN TEMPORAL DE ACTUACIONES PLAN DE INSPECCIÓN
COMERCIAL 2020

ENERO 2020 CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO	FEBRERO 2020 CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO	MARZO 2020 INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES (*)	ABRIL 2020 INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES (*)
MAYO 2020 INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES (*)	JUNIO 2020 INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES (*)	JULIO 2020 CAMPAÑA DE REBAJAS DE VERANO COMERCIO ELECTRÓNICO	AGOSTO 2020 CAMPAÑA DE REBAJAS DE VERANO COMERCIO ELECTRÓNICO
SEPTIEMBRE 2020 INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES (*) COMERCIO ELECTRÓNICO	OCTUBRE 2020 INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES (*) COMERCIO ELECTRÓNICO	NOVIEMBRE 2020 INSPECCIÓN CAMPAÑAS ANUALES/«BLACK FRIDAY» COMERCIO ELECTRÓNICO	DICIEMBRE 2020 CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO COMERCIO ELECTRÓNICO

(*) INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES:

- Campañas Transversales: Campaña General de Información sobre la Normativa Comercial/Campaña sobre comprobación de las altas en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales.
- Campaña sobre horarios comerciales y de comprobación de las Excepciones del artículo 20.1.b) y e) del TRLCIA.
- Campaña sobre Ventas de Saldos.
- Campañas sobre Ventas en Liquidación.
- Campaña sobre Ferias de Oportunidades.
- Campaña sobre Ventas Promocionales.
- Campaña sobre Ventas a Distancia (Comercio Electrónico).