

3. Otras disposiciones

CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y TRABAJO AUTÓNOMO

Resolución de 23 de diciembre de 2025, de la Dirección General de Comercio, por la que se aprueba el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2026.

El texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía (en adelante TRLCIA), 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.

Tanto la Ley 5/2005, de 22 de diciembre, de Artesanía de Andalucía como el texto refundido de la Ley de Ferias Comerciales de Andalucía, aprobado por el Decreto Legislativo 3/2012, de 20 de marzo, estableciendo en sus artículos 31 y 12, respectivamente, establecen que las actuaciones de inspección sobre los productos, actividades, instalaciones y establecimientos comerciales y actividades feriales relacionadas con la artesanía y actividades feriales comerciales, serán ejercidas por las personas funcionarias, adscritas al órgano o unidad administrativa que tenga atribuida la función de inspección en la Consejería competente en materia de comercio interior. Del mismo modo, se establece que para el cumplimiento de sus funciones, tanto el personal de la Inspección Comercial como las personas inspeccionadas se sujetarán a lo dispuesto en los artículos 7, 8 y 9 del texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.

La Ley 4/2025, de 15 de diciembre, de espacios productivos para el fomento de la industria en Andalucía (BOJA núm. 246, de 23 de diciembre de 2025), ha modificado el texto refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por la transposición de la Directiva de la UE 2019/2161 que regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, se añade un nuevo artículo 60 bis al texto, en relación con la constancia de la reducción de precios, así como un nuevo apartado 14 a la letra i) del artículo 84 con una nueva infracción relacionada con el nuevo artículo. La indicada modificación entrará en vigor a los noventa días naturales de su publicación en el BOJA.

Asimismo, el artículo 7.2 del TRLCIA 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, la Orden de 12 de julio de 2011, de la extinta Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, por la que se regula la inspección comercial de la Junta de Andalucía y los planes de inspección, en su artículo 16 establece que la Dirección General de Comercio elaborará y aprobará los correspondientes Planes de Inspección Comercial cuya periodicidad será 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 155/2022, de 11 de agosto, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo

00331055

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 2026, 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 2026.

Tercero. Objetivos del Plan de Inspección.

1. 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 repercuta 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.

2. Para la consecución de dichos objetivos, cada Delegación Territorial a las que se encuentran adscritas las personas inspectoras en materia de comercio interior, deberá de proveerlas de los medios personales y materiales necesarios para la correcta ejecución y desarrollo de su labor inspectora.

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:

a) Campaña General de Información sobre la normativa comercial.

b) Campañas Inspectoras Específicas:

- Campaña sobre Horarios Comerciales.
- Campaña sobre comprobación Tiendas de Conveniencia.
- Campaña sobre Venta en Rebajas.
- Campaña sobre Venta en Liquidación.
- Campaña sobre Ventas Promocionales: «Black Friday» o «Viernes Negro», «Mid Season Sales», etc.
- Campaña sobre Venta a Distancia (Comercio Electrónico).
- Campaña sobre el uso de la marca promocional «Artesanía hecha en Andalucía».
- Campaña sobre Ferias Comerciales.

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 Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo se publicará la información necesaria sobre la normativa en materia de comercio en especial la referente a los días de apertura.

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 durante todo el año excepto lo que se indica para las campañas de ventas en Rebajas de invierno y verano

3. A lo largo del año 2026 se facilitarán la información necesaria y las instrucciones de coordinación del personal de inspección para el ejercicio de sus funciones.

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. Se acompañará un resumen de datos cuantitativos y porcentuales y una valoración cuantitativa y cualitativa de los mismos, conforme al modelo que se remitirá por la Dirección General de Comercio para las respectivas campañas.

b) Memoria final: La Memoria tendrá como finalidad 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 28 de febrero del año siguiente a la finalización del Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2026.

Sevilla, 23 de diciembre de 2025.- La Directora General, Cecilia Ortiz Carrasco.

ANEXO I

Plan de Inspección Comercial 2026

1. Campaña General de Información sobre la normativa comercial.

a) 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, haciendo especial hincapié en el régimen general de horarios comerciales y actividades promocionales de venta.

Con objeto de que dicha información llegue al mayor número de empresas comerciales posible, se trasladará la misma a las distintas asociaciones y organizaciones representativas del sector para su difusión entre sus empresas asociadas.

Esta campaña tiene por objeto 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. Del mismo modo, y con la finalidad de llegar al máximo de comerciantes posible se concertarán visitas con las principales asociaciones de comerciantes de cada provincia, gerencias de centros comerciales y de los centros comerciales abiertos de cada provincia para que trasladen la información a sus asociados.

b) Planificación de Actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: Se llevará a cabo a lo largo de todo el año 2026.
- Reuniones informativas con asociaciones de comerciantes y gerentes de centros comerciales para que trasladen la información a los comerciantes de sus respectivos ámbitos.
- Campañas de sensibilización mediante el uso de las redes sociales de la Junta de Andalucía sobre la normativa vigente en materia de comercio.
- Actualización y edición de folletos informativos para facilitar el conocimiento por los comerciantes de la normativa vigente.
- Incorporación de toda la información el Observatorio del Comercio en la web <https://juntadeandalucia.es/organismos/empleoempresaytrabajoautonomo/areas/comercio/interior/observatorio.html>

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 actuaciones 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 o tipologías de venta que se lleven a cabo por las personas comerciantes.

En cuanto a las visitas de inspección, en el caso de que en una visita inspectora correspondiente a una campaña específica del presente Plan, se compruebe la existencia de elementos pertenecientes a otra campaña de dicho Plan en el establecimiento objeto de inspección, deberá cumplimentarse por parte de la Inspección Comercial el protocolo de inspección sobre la campaña en cuestión.

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.

2.1. Campaña sobre Horarios Comerciales.

a) Justificación y objetivos.

La regulación de los horarios comerciales en nuestra Comunidad Autónoma es una pieza clave del modelo comercial andaluz y que garantiza el equilibrio y la convivencia de la pluralidad de formatos comerciales existentes. Por ello, la Inspección Comercial habrá de velar por el efectivo cumplimiento de las previsiones normativas sobre horarios comerciales recogidas en los artículos 15 y siguientes del TRLCIA.

También que en todos los establecimientos comerciales se exponga en lugar visible el horario de apertura y cierre, así como que el cómputo semanal sea como máximo de 90 horas.

En relación con el régimen de domingos y días festivos, el artículo 19.1 establece que el número de domingos y días festivos en los que los comercios andaluces podrán permanecer abiertos al público en 2026 será de dieciséis días, y todo ello, teniendo en cuenta las excepciones recogidas en el artículo 20 del citado texto legal.

A su vez, en el apartado 2 del citado artículo 19 se establece que el calendario anual, fijando los referidos días, se establecerá, previa consulta al Consejo Andaluz de Comercio, mediante orden de la Consejería competente en materia de comercio interior, que se publicará en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía con anterioridad al 1 de septiembre del año inmediatamente anterior al que haya de aplicarse.

Del mismo modo, en el artículo 19.3 del TRLCIA se dispone que las Corporaciones Locales, por acuerdo motivado del órgano correspondiente, podrán permutar hasta dos de los domingos y festivos habilitados en el calendario anual regional por otros en

atención a las necesidades comerciales de su término municipal, conforme a los criterios establecidos en el apartado 4 de este artículo.

La Dirección General competente en materia de comercio interior resolverá previa consulta del Consejo Andaluz de Comercio y las permutes estimadas serán publicadas en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

En cumplimiento de lo anterior, en el BOJA núm. 121, de 26 de junio de 2025, se publicó la Orden de 23 de junio de 2025, por la que se establece el calendario de domingos y festivos en los que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2026 y se faculta a los Ayuntamientos a solicitar la permute de hasta dos días para el citado año, siendo los domingos y días festivos en que los comercios podrán permanecer abiertos al público durante el año 2026 los siguientes:

- 4 de enero, domingo.
- 11 de enero, domingo.
- 28 de febrero, sábado.
- 2 de abril, jueves.
- 3 de mayo, domingo.
- 5 de julio, domingo.
- 26 de julio, domingo.
- 2 de agosto, domingo.
- 15 de agosto, sábado.
- 12 de octubre, lunes.
- 2 de noviembre, lunes.
- 29 de noviembre, domingo.
- 7 de diciembre, lunes.
- 13 de diciembre, domingo.
- 20 de diciembre, domingo.
- 27 de diciembre, domingo.

Deberá tenerse en cuenta las Zonas de Gran Afluencia Turística reguladas en el artículo 20.3, 20.4 y 20.5 de la TRLCIA y que hayan sido aprobadas por la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo y publicadas en BOJA. Pueden consultarse estas Zonas junto con las limitaciones espaciales y temporales con que hayan sido aprobadas en la siguiente url
<https://juntadeandalucia.es/organismos/empleoempresaytrabajoautonomo/areas/comercio/interior/horarios-comerciales/paginas/zonas-afluencia.html>

El objetivo de la presente campaña es evitar incumplimientos del régimen de horarios comerciales y por tanto la competencia desleal respecto a otros establecimientos comerciales.

b) Planificación de Actuaciones.

- Período de realización y ámbito de actuación: las visitas de inspección se realizarán a lo largo de todo el año en los establecimientos comerciales. Todo ello, sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo.

- Visitas de Inspección: la inspección comercial comprobará el cumplimiento de las prescripciones normativas sobre horarios comerciales, como que se exponga en lugar visible el horario de apertura y cierre, que el cómputo semanal sea como máximo de 90 horas, y que los establecimientos comerciales no estén abiertos en domingos o festivos no autorizados.

2.2. Campaña sobre comprobación Tiendas de Conveniencia.

a) Justificación y objetivos.

Las tiendas de conveniencia se encuentran reguladas en el artículo 20.2 del TRLCIA, según el cual se entenderá por tiendas de conveniencia aquéllas que, con una superficie útil para la exposición y venta al público no superior a quinientos metros cuadrados, 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, productos o material audiovisual e informático, juguetes, regalos y artículos varios. En todo caso, la oferta alimentaria será menor del cuarenta por ciento del surtido, medido en número de referencia, y no ocupar más del treinta y cinco por ciento de la superficie de exposición y venta del establecimiento medido en metros lineales.

b) Planificación de actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: Las visitas de inspección se realizarán a lo largo de todo el año a los establecimientos comerciales que cuenten con el certificado de Tienda de Conveniencia emitido por la Dirección General de Comercio, así como a los que funcionen como tal para la apertura del establecimiento en domingo o festivo no autorizado. Igualmente se visitarán los establecimientos comerciales para los que se hayan solicitado la expedición del certificado de condición de tienda de conveniencia.

- Visitas de Inspección: La inspección comercial comprobará que las tiendas de conveniencia cumplan con los siguientes requisitos:

1. Comprobar que permanezcan abiertas al público, al menos, dieciocho horas al día.
2. Comprobar que cuenten con una superficie útil para la exposición y venta al público no superior a quinientos metros cuadrados.
3. Comprobar que distribuyan su oferta en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, productos o material audiovisual e informático, juguetes, regalos y artículos varios.
4. Comprobar que las declaraciones responsables que se hicieron en el momento de solicitar el certificado de Tienda de Conveniencia se cumplen efectivamente.

2.3. Campaña sobre Venta en Rebajas.

a) Justificación y objetivos.

Las ventas en rebajas se encuentran reguladas en el artículo 66 y siguientes del TRLCIA, entendiéndose como aquellas en las cuales se ofrece a las personas consumidoras una reducción de los precios o unas condiciones especiales que supongan su minoración en relación con los precios practicados habitualmente.

El TRLCIA establece una serie de características y requisitos que deben respetar este tipo de ventas, especialmente en cuanto a la información o publicidad de las mismas. Se deben indicar las fechas de comienzo y final de dichas rebajas, debida separación de los productos en caso de que se efectúen al mismo tiempo venta de saldos o liquidación, o la obligatoriedad de consignar junto al precio habitual y sin superponerlo, el precio rebajado en cada uno de los productos. Además, una vez entre en vigor la modificación del artículo 60.bis, se comprobará que se toma como precio menor el de los últimos 30 días.

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.

b) Planificación de Actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: las visitas inspectoras a los establecimientos comerciales se girarán en torno a los tradicionales períodos estacionales de rebajas de invierno, que comprende los meses de enero y febrero, y de verano, que comprende los meses de julio y agosto.

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

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: 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. Durante la campaña de Rebajas de Invierno los inspectores informarán sobre la modificación del artículo 60.bis y la fecha en la que será exigible esta normativa.

2.4. Campaña sobre Venta en Liquidación.

a) Justificación y objetivos.

Las ventas en liquidación son una modalidad de venta promocional que tienen carácter excepcional y su finalidad es extintiva respecto de determinadas existencias de productos, que anunciadas con esta denominación u otra equivalente, son llevadas 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 importancia 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, previstos en los artículos 76 y 77 del TRLCIA.
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.

b) 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». Además, una vez entre en vigor la modificación del artículo 60.bis, se comprobará que se toma como precio menor el de los últimos 30 días.

Asimismo, la Inspección Comercial habrá de girar visita a todos aquellos establecimientos comerciales que comuniquen a la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo el inicio de una venta en liquidación, siguiendo, en todo caso, el procedimiento previsto en los apartados anteriores. Todo ello a fin de comprobar si efectivamente esas ventas se incluyen dentro de los supuestos expresamente previstos en el artículo 76 del TRLCIA y, una vez entre en vigor, el artículo 60.bis, se comprobará que se toma como precio menor el de los últimos 30 días.

2.5. Campaña sobre Ventas Promocionales: «Black Friday» o «Viernes Negro», «Mid Season Sales», etc.

a) 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.

Se ha introducido una modificación del texto refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por la transposición de la Directiva de la UE 2019/2161 que regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, que entrará en vigor con fecha 23 de marzo de 2026 y en el que se añade un nuevo artículo 60 bis al TRLCIA, con la siguiente redacción:

«Artículo 60 bis. Constancia de la reducción de precios. 1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

2. Se entenderá por precio anterior el menor que hubiese sido aplicado sobre el mismo producto en los treinta días precedentes.

3. Quedan exceptuadas de esta obligación de indicar el precio anterior los productos perecederos, como alimentos frescos y las bebidas con plazos cortos de caducidad que puedan deteriorarse o caducar con rapidez».

En los últimos tiempos se han venido consolidando determinadas promociones venidas de otros países llamadas «Viernes Negro» o «Black Friday», «Mid season sales», etc. 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.
4. Evitar el falseamiento de la publicidad de su oferta.

b) Planificación de Actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: las visitas inspectoras se realizarán durante todo el año en los 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 «Black Friday» o «Viernes negro» se realizarán durante el mes de noviembre, en el que se realizará una visita previa a la visita de inspección con el objeto de hacer un muestreo de precios para comprobar la efectiva bajada del mismo durante la promoción.

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, que la persona comerciante dispone de existencias suficientes de los productos ofertados, y verificar el cumplimiento de los requisitos que la normativa vigente establece para la ventas promocionales.

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.

2.6. Campaña sobre Venta a Distancia (Comercio Electrónico).

a) Justificación y objetivos.

El comercio electrónico o venta on line es un modelo de práctica comercial de mayor crecimiento en los últimos años y de consolidación creciente, debido a que los hábitos de compra de las personas consumidoras están cambiando, siendo cada vez mayor el número de personas que realizan sus compras a través de internet. Esta modalidad de venta se encuentra regulada en los artículos 45 a 48 y 58 bis 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.

b) Planificación de Actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: La campaña se realizará durante todo el año, 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 de la publicidad, sobre todo lo relacionado con los datos esenciales de los productos, la indicación del precio total a satisfacer, distinguiendo entre el precio de venta y los impuestos aplicables, importe de gastos de envío si están a cargo de la persona consumidora, forma y condiciones de pago y reembolso, plazo máximo de recepción del producto. La campaña hará especial hincapié hacia aquellas páginas web que realizan una publicidad activa por cualquier medio (medios de comunicación, redes sociales, etc) dirigida al consumidor de Andalucía. Las inspecciones se podrán realizar a todas aquellas páginas web, sea cual sea su residencia, que vendan sus productos en el territorio de Andalucía según establece el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba Texto Refundido de la Ley General Para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

- 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.

2.7. Campaña sobre el uso de la marca promocional «Artesanía hecha en Andalucía».

a) Justificación y objetivos.

Mediante la Orden 24 de marzo de 2021, se crea la marca promocional «Artesanía hecha en Andalucía» que identifica la actividad de las empresas artesanas, personas físicas o jurídicas, de la comunidad de la Comunidad Autónoma de Andalucía y acredita que el producto que porte dicha marca ha sido elaborado en un taller artesano inscrito en el Registro de Artesanía de Andalucía.

En el artículo 6 de dicha orden se especifican las condiciones de uso de la marca promocional, para las empresas artesanas, personas físicas o jurídicas, Asociaciones, Federaciones y Confederaciones de artesanos y artesanas desde su inscripción en el Registro de Artesanía de Andalucía y para los establecimientos comerciales de venta de artesanía desde el momento de la presentación de la declaración responsable.

Estas empresas artesanas, personas físicas o jurídicas inscritas en el Registro de Artesanía de Andalucía, podrán identificar sus talleres, sedes y puntos de venta, tanto fijos como temporales, con una placa identificativa que se elaborará de acuerdo con lo previsto en la guía de identidad gráfica que figura en Anexo I de la anteriormente mencionada orden.

Los productos artesanos correspondientes a oficios no contemplados en el Decreto 4/2008, de 8 de enero, por el que se aprueba el Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, no podrán identificarse con esta marca promocional.

A su vez las personas y entidades beneficiarias perderán el derecho para el uso de la marca promocional cuando varíen los requisitos que dieron lugar a su obtención.

Esta marca promocional persigue los siguientes objetivos:

1. Crear una imagen que permita su distinción por parte de las personas consumidoras, y aúne los valores de la artesanía de Andalucía, su vinculación al territorio, al patrimonio y a la innovación, siempre teniendo en cuenta la variedad de oficios y, por tanto, de productos artesanales existentes en Andalucía.
2. Proteger y mantener el prestigio de las empresas artesanas, personas físicas o jurídicas, de Andalucía y de sus obras.
3. Informar a las personas consumidoras sobre la producción artesanal andaluza.
4. Apoyar a los establecimientos comerciales de venta de artesanía ofreciendo la información necesaria de los productos artesanales andaluces que los diferencie en el mercado.

b) Planificación de Actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: Las visitas de inspección se realizarán a lo largo de todo el año a los establecimientos comerciales que promocionen la venta de productos artesanos. Todo ello, sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo.

- Visitas de Inspección: La inspección comprobará el uso indebido de la marca promocional:

1. La utilización por aquellas personas o entidades que no tengan derecho a su uso.
2. La colocación de materiales identificativos de la marca promocional en productos que no hayan sido elaborados por un taller artesano que no tengan el derecho a su uso.
3. La utilización de los elementos de embalaje que contengan la marca promocional en productos que hayan sido elaborados por un taller artesano que no tenga el derecho a su uso.
4. La edición de material de la marca promocional sin respetar las normas contenidas en la guía de identidad gráfica que figura en Anexo I de la Orden 24 de marzo de 2021.

2.8. Campaña sobre Ferias Comerciales.

a) Justificación y objetivos. El artículo 2 del Decreto Legislativo 3/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la ley de Ferias Comerciales de Andalucía define las actividades feriales comerciales como las manifestaciones comerciales que tienen por objeto la exposición de bienes o la oferta de servicios para favorecer su conocimiento, innovación y difusión, promover contactos e intercambios comerciales y acercar la oferta a la demanda con la finalidad de formalizar contratos de compraventa, con o sin retirada de mercancías, si reúnen las siguientes características:

- Duración mínima de un día, mañana y tarde, y máxima de quince días consecutivos, con un máximo de dos ediciones al año.

- Reunir una pluralidad de personas físicas y jurídicas expositoras, en un recinto identificable, ya sea cerrado o al aire libre, con los servicios adecuados para los expositores y las personas visitantes.

- Contar con una entidad organizadora.

Modalidades:

• Feria comercial: De carácter periódico que se dirige principalmente al público profesional sin que pueda realizarse la venta directa con retirada de mercancía.

• Feria de muestra: Similar a la anterior, pero sin una periodicidad establecida.

• Feria-mercado: Carácter periódico, dirigida al público en general y en la que se admite la venta directa con retirada de mercancía.

• Feria de oportunidades: Promovida por personas comerciantes, sus asociaciones o cualquier entidad pública o privada, celebrada fuera del establecimiento comercial habitual de cada persona comerciante y que tiene por objeto la realización de ventas en



la que se ofrecen a las personas consumidoras productos en condiciones más ventajosas que las habituales y en la que se produce venta directa con retirada de mercancía.

Clasificaciones:

- Atendiendo a la procedencia territorial en función de las personas expositoras y el origen de los bienes y servicios expuestos: Nacionales, regionales, provinciales, comarcales y locales.

- En función de la oferta:

Generales: Aquellas en las que se incluyan bienes y servicios pertenecientes a todas o varias ramas de los distintos sectores de la actividad económica.

Sectoriales: Procedentes del mismo sector de la actividad económica.

Monográficas: Pertenecientes a una sola rama o producto de la actividad económica.

La entidad organizadora encargada de la promoción, organización y celebración de actividades feriales comerciales, incluirá en la publicidad que lleve a cabo de la misma, la clasificación territorial y sectorial correspondiente.

Requisitos:

La celebración de actividades feriales comerciales requerirá una declaración responsable previa por parte de la entidad organizadora a la Consejería competente en materia de comercio interior, con una antelación de treinta días a su fecha de inicio, en la que se habrá de indicar la tipología y clasificación de la actividad ferial a realizar, la ubicación y duración del evento, el número de puestos a instalar, las personas expositoras participantes, el municipio donde se desarrolla la actividad ferial y la información sobre dicha entidad organizadora. Todo ello, sin perjuicio de los requisitos que, en el ejercicio de sus competencias, puedan ser exigidos por el Ayuntamiento de la localidad donde vaya a celebrarse el evento.

b) Planificación de Actuaciones.

- Periodo de realización y ámbito de actuación: Las visitas de inspección se realizarán a lo largo de todo el año una vez se reciba la declaración previa de la celebración de Ferias Comerciales. Asimismo, si la Inspección Comercial tuviera conocimiento de la celebración de 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 lo indicado en la normativa.

- Comunicaciones informativas sobre la normativa vigente a los principales centros de celebración de ferias provinciales de cada provincia con el objeto de que trasladen a los organizadores de las ferias comerciales los requisitos que establece la ley y que son objeto de control en esta campaña.

- Visitas de Inspección: La Inspección Comercial realizará una visita de inspección tanto a las Ferias Comerciales que sean comunicadas a la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, como a aquellas que no hayan sido comunicadas pero de las que se tenga conocimiento a través de diferentes medios de su celebración, donde se comprobará:

- La existencia de un seguro de responsabilidad profesional u otros medios adecuados para garantizar, de forma suficiente, las eventuales responsabilidades que se deriven de la celebración de las actividades feriales comerciales que organicen.
- Que se admitan como expositoras a aquellas entidades públicas o privadas, que lo soliciten, y que ejerzan legalmente su actividad, siempre con adecuación a la clasificación de la actividad ferial de que se trate y garantizando, en todo caso, la no discriminación.
- La celebración de las actividades feriales comerciales conforme a las condiciones publicitadas.

- Tener a disposición pública las hojas de quejas y reclamaciones, de acuerdo con el modelo establecido en el Decreto 472/2019, de 28 de mayo, por el que se regulan las hojas de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía y su tramitación administrativa, o normativa que lo sustituya, y exponer, de modo permanente y perfectamente visible y legible, su cartel anunciador.
- Prestar la colaboración que le sea requerida por la Consejería competente en materia de comercio interior, en el cumplimiento de sus funciones de inspección.
- 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.
- Comprobar que los productos se venden en condiciones más ventajosas que las habituales, beneficiando con ello a las personas consumidoras.
- Constatar que las ventas realizadas en estas Ferias de Oportunidades cumplen los requisitos previstos en el TRLCIA respecto a este tipo de ventas promocionales.
- Evitar incumplimientos en la realización de este tipo de ventas promocionales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.
- Impedir prácticas comerciales desleales para las personas consumidoras y usuarias.
- Cumplir aquellos otros requisitos contenidos en el TRLCIA y sus disposiciones de desarrollo.