

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 fue enviado por esta Dirección General en la anterior campaña.

b) Memoria.

La Memoria tendrán como fin la elaboración de un resumen anual que incluya todos los aspectos relacionados con el plan.

Dicha memoria habrá de ser remitida a esta Dirección General antes del 31 de enero del año siguiente a la finalización del Plan 2017.

Sevilla, 21 de diciembre de 2016.- La Directora General, Silvia Oñate Moya.

ANEXO I

PLAN DE INSPECCIÓN COMERCIAL 2017

CAMPAÑAS DE INSPECCIÓN

1. CAMPAÑA SOBRE VENTAS EN REBAJAS.
 - a) REBAJAS DE INVIERNO
 - b) REBAJAS DE VERANO
2. CAMPAÑA SOBRE VENTAS DE SALDOS Y VENTAS EN LIQUIDACIÓN.
3. CAMPAÑA SOBRE VENTA A PÉRDIDA Y EXISTENCIAS SUFICIENTES DE PRODUCTOS OFERTADOS.
4. CAMPAÑA SOBRE FERIAS DE OPORTUNIDADES.
5. CAMPAÑA GENERAL SOBRE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (HORARIOS COMERCIALES E INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE COMERCIANTES Y ACTIVIDADES COMERCIALES).
6. CAMPAÑA SOBRE VENTAS ESPECIALES (VENTAS DOMICILIARIAS Y VENTAS AUTOMÁTICAS).
7. CAMPAÑA SOBRE VENTA PROMOCIONAL "BLACK FRIDAY".

1. Campaña sobre ventas en rebajas.

1. Justificación y objetivos.

El Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior 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 Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior 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. Y todo ello con la finalidad de que esta práctica promocional no suponga un menoscabo en los derechos y garantías de las personas consumidoras, y no provoque una incertidumbre e inseguridad que llevara a una menor calidad y competitividad en el sector comercial.

Los objetivos de la campaña son los siguientes:

- Facilitar la información suficiente al sector respecto a los requisitos generales que han de cumplir las ventas en rebajas, con especial incidencia a las modificaciones producidas en cuanto a sus periodos de realización.
- Evitar fraudes de ley e incumplimientos.
- Evitar confusión e indefensión de los consumidores.
- Mejorar el sector comercial.

2. Actuaciones.

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos se realizarán en torno a los periodos estacionales de invierno y de verano, y consistirán en dos fases.

La primera, informativa, durante los meses de diciembre y de junio.

La segunda, de inspección, durante los meses de enero-febrero y julio-agosto.

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

Con carácter previo al inicio de la campaña, se habrá de tener una reunión previa en cada provincia entre los Servicios de Consumo y de Comercio de cada Delegación Territorial. Esta reunión tiene como objetivo planificar los tipos de establecimientos 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.

2.2. Visitas informativas.

Durante los meses de diciembre y junio se realizará una visita informativa a los establecimientos comerciales, la cual tendrá por objeto concienciar a quienes desarrollen su actividad 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 los propios consumidores.

En el caso de que en la citada visita se observara algún incumplimiento de la normativa vigente sobre ventas promocionales, 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, adecue su actividad a la normativa vigente y subsane los defectos detectados, dejando constancia de ese requerimiento en la correspondiente acta de inspección.

2.3. Visitas de inspección.

Se realizarán durante los periodos estacionales de invierno y verano, y en concreto durante los meses de enero-febrero y julio-agosto.

Se visitarán los establecimientos que hayan sido objeto de la visita informativa previa. Su objetivo será inspeccionar las condiciones de las ofertas, duración de las mismas y verificar el cumplimiento de los requisitos que la Ley establece para la venta en rebajas. En el caso de existencia de rebajas en los establecimientos comerciales, deberá cumplimentarse el «protocolo de inspección sobre ventas en rebajas».

3. Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones señaladas, se procederá a enviar 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 inspecciones realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que será remitido por la Dirección General de Comercio.

2. Campaña sobre ventas de saldos y ventas en liquidación

1. Justificación y objetivos.

La actual situación económica viene propiciando que los diferentes establecimientos comerciales de Andalucía utilicen como reclamos publicitarios determinadas ventas promocionales, si bien no siempre se corresponden los tipos de ventas anunciados con los que 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», así como de ventas en liquidaciones, y en muchos casos no se cumplen con todos los requisitos que para este tipo de ventas se establecen en Título V del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior, teniendo siempre como objetivo predominante

la defensa de las personas consumidoras y, especialmente, su derecho a la información en relación a aquellas.

La campaña sobre venta de saldos y liquidaciones tiene los siguientes objetivos:

- Identificar los establecimientos comerciales que realicen con carácter permanente ventas de saldos y ventas en liquidación, y comprobar si cumplen con los requisitos que la normativa vigente establece para este tipo de ventas.
- Verificar que todas las ventas en liquidación que se anuncian en establecimientos comerciales, se encuentran dentro de los supuestos recogidos expresamente en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.
- Evitar incumplimientos en la realización de este tipo de ventas promocionales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.
- Evitar prácticas comerciales desleales para las personas consumidoras y usuarias.
- Mejorar el sector comercial.

2. Actuaciones.

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

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

2.2. Visitas informativas a establecimientos.

En el caso de que en la citada visita se observara que el establecimiento anunciara saldos y liquidaciones sin tratarse en realidad de ese tipo de venta promocional, la Inspección Comercial requerirá a las personas titulares de los establecimientos comerciales o las personas empleadas en los mismos para que, en el plazo de diez días hábiles, adecue su actividad a la normativa vigente y se subsanen los defectos detectados, dejando constancia de ese requerimiento en la correspondiente acta de inspección.

2.3. Visitas de Inspección.

Transcurrido el plazo de diez días hábiles, la Inspección Comercial deberá realizar una visita de inspección en el establecimiento en cuestión, y en el caso de que se mantengan las promociones en las mismas condiciones que las constatadas en la anterior visita, deberá cumplimentarse, en su caso los protocolos de inspección sobre «ventas de saldos» y «ventas en liquidación». En el caso de que los incumplimientos se hubiesen subsanado, se procederá al archivo de las actuaciones.

2.4. Visitas a establecimientos que comuniquen ventas en liquidación.

La inspección comercial habrá de girar visita de todos aquellos establecimientos comerciales que comuniquen a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio 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 Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.

3. 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.

3. Campaña sobre venta a pérdida y existencias suficientes de productos ofertados.

1. Justificación y objetivos.

El artículo 14 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista establece la prohibición de venta a pérdida, salvo en los supuestos concretos expresamente tasados. El objetivo de esta regulación es doble: por un lado, la protección y conservación de los diferentes

formatos comerciales existentes en Andalucía; por otro lado, la protección al consumidor, que tiene derecho a ser informado convenientemente de todas las condiciones de esa práctica comercial.

Los mismos objetivos se persiguen cuando se realizan anuncios de determinados productos, utilizados en muchas ocasiones como reclamos publicitarios, sin que luego el establecimiento disponga de existencias suficientes para hacer frente a la demanda que sobre esos productos se pudieran ocasionar.

La campaña sobre venta a pérdida y existencias suficientes de productos ofertados tiene los siguientes objetivos:

- Analizar los artículos y productos que, mediante una amplia difusión a través de folletos comerciales o anuncios en medios de comunicación, son objeto de promociones u ofertas en los establecimientos comerciales a fin de constatar si se ha producido venta a pérdida.
- Analizar los artículos y productos que, mediante una amplia difusión a través de folletos comerciales o anuncios en medios de comunicación, son objeto de promociones u ofertas en los establecimientos comerciales a fin de constatar si se dispone de existencias suficientes para atender a la posible demanda del producto ofertado.
- Analizar la publicidad señuelo para evitar este tipo de prácticas.
- Evitar incumplimientos en la realización de este tipo de ventas promocionales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.
- Mejorar el sector comercial.

2. Actuaciones.

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos se realizarán a lo largo de todo el año y para la elección de los establecimientos a visitar se atenderá a todos aquellos que utilicen la difusión a gran escala de folletos publicitarios o anuncios en medios de comunicación respecto de las ofertas o promociones que se publiciten o anuncien.

2.2 Visitas de inspección.

En la visita se requerirá al titular del establecimiento o persona encargada del mismo la siguiente documentación:

2.2.1. Para analizar la venta a pérdida:

- Factura de adquisición del producto en cuestión.

Asimismo, será preciso solicitar al proveedor de la mercancía la factura de venta.

2.2.2. Para analizar la existencia de artículos suficientes durante el periodo ofertado:

- El número de unidades de esos artículos que han tenido entrada en el establecimiento.

2.3. Requerimientos de documentación.

En el caso de que la Inspección comercial tuviera constancia de la publicidad de artículos y productos sin necesidad de acudir físicamente a los establecimientos comerciales, se podrá sustituir la visita de inspección por los requerimientos de documentación a los titulares de los establecimientos en cuestión en los que se habrá de solicitar:

2.3.1. Para analizar la venta a pérdida:

- Los folletos publicitarios donde aparezca el artículo ofertado.
- La factura de adquisición del producto de que se trate.
- La factura del proveedor o fabricante.

2.3.2. Para analizar la existencia de artículos suficientes durante el periodo ofertado.

- Los folletos publicitarios donde aparezca el artículo ofertado.
- Albarán de entrada de productos.

En los citados requerimientos se hará constar que, la negativa a suministrar datos o a facilitar información requerida a las autoridades en el ejercicio de sus funciones, puede

ser considerada como una infracción grave a tenor de lo dispuesto en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.

3. 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 las actuaciones previas realizadas, 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.

4. Campaña sobre Ferias de Oportunidades.

1. Justificación y objetivos.

Desde hace varios años, se viene constatando la creciente proliferación en los diversos pueblos y ciudades de Andalucía de determinados eventos caracterizados por el hecho de que varios comerciantes llevan a cabo sus ventas durante uno o varios días (entre los que siempre se incluye un domingo o festivo) en establecimientos, recintos o lugares públicos o privados, que no están destinados con carácter permanente y habitual al ejercicio de actividades comerciales. Son las denominadas ferias de Stocks, Outlet y similares.

Se trata de un nuevo fenómeno que se inserta en nuestra tradicional estructura comercial, y cuya práctica se está extendiendo progresivamente debido a la actual situación económica que atraviesa el comercio y la economía, generando dudas e inseguridades, tal y como reflejan las numerosas consultas y denuncias recibidas en la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, tanto del sector comercial como de las propias asociaciones de defensa de las personas consumidoras y usuarias, las cuales vienen demandando una regulación específica para este tipo de actividades.

Mediante Decreto Ley 1/2013, de 29 de enero, se procedió a la modificación del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, añadiendo al mismo una nueva sección dentro de las ventas promocionales que recoge la regulación de las Ferias de Oportunidades. Los artículos 78 bis, ter y quarter establecen su definición, los requisitos generales que han de cumplirse para su celebración y las obligaciones de información, tanto de la entidad organizadora del evento como de los propios comerciantes participantes.

La campaña sobre ferias de oportunidades tiene los siguientes objetivos:

- Verificar que las ferias promovidas por las personas comerciantes, sus asociaciones o 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 consumidores.
- Constatar que las ventas realizadas en estas ferias cumplen los requisitos previstos en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía respecto a las ventas promocionales.

2. Actuaciones.

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos 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.

2.2. Actuaciones informativas.

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 que se comprueba que la actividad descrita no cumple con los requisitos previstos en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, se le efectuará un requerimiento para que pueda subsanar los mismos en el plazo máximo de 10 días 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.

2.3. Actuaciones inspectoras.

Se habrá de realizar una visita de inspección en cada una de las Ferias de Oportunidades que sean comunicadas a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, a fin de comprobar que efectivamente cumplen con lo establecido en la Sección 5.ª del Capítulo II del Título V del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.

Asimismo, 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.

3. 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 la inspección realizada, 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.

5. Campaña general sobre establecimientos comerciales (horarios comerciales e inscripción en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales).

1. Justificación y objetivos.

El modelo actual de horarios comerciales es una pieza clave del modelo de comercio andaluz, urbano y socialmente rentable y sostenible, consensado entre la administración autonómica y los agentes económicos y sociales, y que garantiza el equilibrio entre trabajadores, grandes empresas, pequeños empresarios y consumidores y la convivencia de la pluralidad de formatos existentes. Por tanto, la Inspección comercial habrá de velar por el efectivo cumplimiento de las previsiones normativas sobre horarios comerciales.

Por otra parte, la aprobación por parte del Gobierno del Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, ha supuesto la entrada en vigor de una serie de medidas en relación con los horarios comerciales con el objeto de liberalizar el ejercicio de la actividad comercial. Esto ha originado la modificación de determinados aspectos del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, de los cuales las personas comerciantes deben de estar convenientemente informadas.

Asimismo, se hace preciso mantener la oportuna actualización y funcionamiento del Registro de Comerciantes y Actividades comerciales, a fin de que puede garantizar su finalidad de proporcionar la información necesaria para desarrollar políticas en el sector, 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 de la presente campaña son:

- Informar del Régimen General de Horarios Comerciales aplicable a los establecimientos comerciales, así como de aquellos otros que gozan de libertad horaria, ya sea por su superficie, por su ubicación, o por los productos que tengan a la venta.
- Informar de la obligación de comunicación de inicio y final de la actividad al Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales.
- Informar de la obligación de tener expuesto en lugar visible el horario de apertura y cierre del establecimiento comercial.
- Evitar incumplimientos del régimen de horarios comerciales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.
- Mejorar el sector comercial.

2. Actuaciones:

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos se realizarán preferentemente en los meses de abril, mayo, octubre y noviembre y se tratará de que al menos el 50% de los establecimientos visitados sean establecimientos de multiproductos y de precios reducidos «tipo bazar».

2.2. Visitas informativas a establecimientos comerciales.

En estas visitas el personal de la inspección comercial habrá de informar de los siguientes aspectos:

- En primer lugar se habrá de informar al establecimiento comercial de la necesidad de que aquellos que ejerzan su actividad comercial en la Comunidad Autónoma de Andalucía comuniquen al Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales el comienzo y finalización de esa actividad, así como sus modificaciones. En el caso de que el establecimiento en cuestión no se encontrara inscrito, se le facilitará toda la información necesaria para proceder a esa inscripción.
- Posteriormente se informará al titular del establecimiento o persona encargada de cuál es el régimen general de horarios comerciales en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, con indicación de los 10 domingos y festivos que la Consejería competente en materia de Comercio Interior ha autorizado para su apertura.
- Asimismo, en el caso de que el establecimiento en cuestión pudiera encontrarse dentro de los establecimientos con libertad horaria por razón de su ubicación, dimensiones o productos puestos a la venta, se le informará específicamente del tal circunstancia.
- Asimismo, se habrá de informar al titular del establecimiento o persona encargada de la obligación de que en todos los establecimientos comerciales debe figurar la información de los horarios de apertura y cierre, expuestos en lugar visible, tanto en el interior del establecimiento como en el exterior, incluso cuando el establecimiento esté cerrado. En el caso de que el establecimiento no disponga de esa información sobre los horarios, se le requerirá para que subsane esa deficiencia en el menor tiempo posible.
- Durante las visitas informativas se deberá dejar constancia de las dimensiones del establecimiento (a través de planos aportados por el interesado o medición realizada por la inspección en los casos de dudas sobre el plano aportado).

En el caso de que en el curso de esas visitas informativas se detectara por parte del personal de inspección la existencia de indicios que pudieran ser constitutivos de cualquier infracción tipificada en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior, se le comunicará tal circunstancia al titular del establecimiento o persona encargada y se le efectuará un requerimiento para que, en el plazo máximo de 10 días, subsane los posibles incumplimientos detectados. En ese caso, 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.

2.3 Visitas de inspección.

Se realizarán visitas de inspección a lo largo de todo el año a los establecimientos a los que se haya previamente informado que se encuentren dentro del Régimen General de Horarios Comerciales así como a aquellos que habiendo girado visita informativa, se hubiera constatado el incumplimiento de la normativa. Todo ello, sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en esta Consejería.

2.4. Otras actuaciones.

De conformidad con el Acuerdo Marco de colaboración entre la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales y la Consejería de Turismo y Comercio

de 19 de febrero de 2013, se habrá de informar a al titular del establecimiento o persona encargada:

- Que los precios de venta al público deben estar en todos los artículos, y ser visibles y legibles, y completos (impuestos incluidos).
- Que todos los establecimientos deben disponer de libros de reclamaciones, a disposición de las personas consumidoras y usuarias, y de cartel anunciador, visible.

3. 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.

6. Campaña sobre ventas especiales: Ventas automáticas y domiciliarias.

1. Justificación y objetivos.

Desde hace varios años, se viene constatando un aumento de las denominadas ventas domiciliarias, aquellas que se realizan fuera del establecimiento del vendedor, ya sea por el mismo o por sus empleados o representantes, y que tienen lugar en domicilios, lugares de reunión y similares, llegándose a producir en algunos casos, ciertas irregularidades que podrían suponer una vulneración de la regulación vigente en esta materia recogida en el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.

Asimismo, se ha detectado últimamente un aumento de la práctica del «vending», es decir, aquella que se realiza a través máquinas automáticas. A tal fin se hace preciso que la inspección comercial compruebe que las máquinas automáticas que realizan estas ventas cumplan con los requisitos establecidos en los artículos 49 a 53 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior

2. Actuaciones.

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

La Campaña se realizará a lo largo de todo el año. En el caso de ventas domiciliarias cuando se tenga conocimiento de la celebración de este tipo de eventos en el ámbito de la provincia.

2.2. Requerimientos.

Por parte de la Inspección Comercial se habrán de consultar las empresas inscritas en el Registro General de Comerciantes y Actividades Comerciales (Sección de minoristas sin establecimiento comercial permanente), a fin de verificar si cumplen con los requisitos de comunicación al Registro previstos en los artículos 50 y 52 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior para las ventas automáticas, así como si han remitido la relación de personas vendedoras que emplean en el caso de las ventas domiciliarias, de acuerdo con el artículo 55.

En el caso de que no cumplan con los citados requisitos, se les realizará un requerimiento para que, en el plazo de 10 días, aporten la documentación necesaria para su cumplimiento.

2.3. Requerimientos sobre la publicidad de las ventas domiciliarias.

Por parte de la Inspección Comercial se habrá de consultar las empresas inscritas en el Registro General de Comerciantes y Actividades Comerciales que realicen ventas domiciliarias, a las cuales se les requerirá la remisión de la publicidad que las mismas realicen sobre las ventas, con el fin de comprobar el cumplimiento de los requisitos previstos en el artículo 56 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior.

2.4. Actuaciones sobre máquinas de venta automática.

En el caso que durante las visitas de cualquier campaña incluida en el presente Plan de Inspección se observara en el interior de un establecimiento una máquina de venta automática, se habrá de comprobar si la misma ha sido comunicada al Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales, así como si cumple con los requisitos previstos

en el artículo 53 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior, para las máquinas expendedoras.

3. Datos y resultados.

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

7. Campaña promocional «Black Friday»..

1. Justificación y objetivos.

Las ventas en promoción o en oferta se encuentran reguladas en el Capítulo I y III del Título II de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista (en adelante LOCM), y en el Capítulo III del título V del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía (en adelante LCIA).

El artículo 27 de la LOCM define la venta en promoción o en oferta como aquellas no contempladas específicamente en otro de los capítulos del presente Título (venta en rebajas, venta de saldos, ventas en liquidación, ventas con obsequio o prima, oferta de venta directa), 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.

En los últimos tiempos se ha venido detectando el auge de la promoción llamada «Black Friday», que tradicionalmente se celebra el último viernes de noviembre y que comenzó en Estados Unidos. Poco a poco y con la ayuda de las nuevas tecnologías y la promoción de este día por parte de las distintas empresas se ha ido extendiendo por el resto de países del mundo.

En España se ha impulsado esta celebración llegando a tener actualmente una gran aceptación, hasta el punto que se ha expandido no solo al viernes, sino también a los días anteriores y posteriores, multiplicándose en los escaparates de nuestras ciudades la publicidad de esta promoción con fuertes reducciones de los precios habituales.

Todo ello exige de la Inspección comercial la debida vigilancia para evitar abusos que perjudiquen los derechos de los consumidores así como la realización de prácticas contrarias a la normativa vigente.

La presente campaña tiene los siguientes objetivos:

- Facilitar a las personas comerciantes información suficiente de los requisitos que deben respetarse.
- Evitar fraudes e incumplimientos.
- Mejorar el sector comercial.

2. Actuaciones.

2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas se realizarán en el mes de noviembre, antes del Black Friday (último viernes del citado mes).

2.2. Visitas informativas.

Se llevarán a cabo en el mes de noviembre, antes del Black Friday (último viernes de noviembre) mediante visitas giradas a los establecimientos comerciales.

El objeto de la visita es concienciar a los comerciantes de la necesidad de respetar los requisitos establecidos por la normativa vigente para este tipo de ventas promocionales (ofertas y promociones).

2.3. Visitas de inspección.

Se llevará a cabo el último viernes del mes de noviembre y en la semana posterior al mismo, mediante visitas giradas a los establecimientos comerciales que habían sido objeto de visita informativa.

Su objetivo es inspeccionar la publicidad y la información de los productos sobre los cuales recaen las promociones y ofertas para verificar que son veraces, comprobar

que existe la debida separación entre los distintos tipos de ventas promocionales y que dispone de existencias suficientes de los productos ofertados.

3. Datos y resultados.

Una vez terminadas las actuaciones señaladas, se enviará a la Dirección General de Comercio el correspondiente informe respecto a las visitas informativas 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 2017

ENERO 2017 CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO	FEBRERO 2017 CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO	MARZO 2017 INFORMATIVAS/ INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES ¹	ABRIL 2017 INFORMATIVAS/ INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES ¹
MAYO 2017 INFORMATIVAS/ INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES ¹	JUNIO 2017 CAMPAÑA INFORMATIVA DE REBAJAS - VERANO	JULIO 2017 CAMPAÑA DE INSPECCIÓN REBAJAS DE VERANO	AGOSTO 2017 CAMPAÑA DE INSPECCIÓN REBAJAS DE VERANO
SEPTIEMBRE 2017 INFORMATIVAS/ INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES ¹	OCTUBRE 2017 INFORMATIVAS/ INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES ¹	NOVIEMBRE 2017 - INFORMATIVAS/ INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES ¹ - CAMPAÑA BLACK FRIDAY	DICIEMBRE 2017 CAMPAÑA INFORMATIVA REBAJAS DE INVIERNO

1. INFORMATIVAS/INSPECCIÓN DE CAMPAÑAS ANUALES:

- HORARIOS Y VISITAS DE INSPECCIÓN CUMPLIMIENTO DOMINGOS/FESTIVOS: UN FESTIVO POR TRIMESTRE SIN PERJUICIO DE LAS DENUNCIAS QUE SEAN RECIBIDAS.
- FERIAS DE OPORTUNIDADES
- VENTA A PÉRDIDA
- SALDOS Y LIQUIDACIONES
- VENTAS ESPECIALES (DOMICILIARIAS/AUTOMÁTICAS)