

### 3. Otras disposiciones

#### CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO

*Resolución de 18 de diciembre de 2018, de la Dirección General de Comercio, por la que se aprueba el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2019.*

El Texto Refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía, aprobado mediante Decreto Legislativo 1/2012, de 20 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 210/2015, de 14 de julio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, esta Dirección General de Comercio

#### R E S U E L V E

Primero. Aprobación del plan.

Aprobar el Plan de Inspección Comercial en la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2019, 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 y tendrá una duración de un año, desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2019.

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 los 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 los propios consumidores.

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:

- Campaña general de información de la normativa comercial.
- Campaña sobre horarios comerciales y de comprobación de las excepciones del art. 20.1 b) y e) del TRLCIA.
- Campaña sobre venta en rebajas.
- Campaña sobre ventas de saldos y ventas en liquidación.
- Campaña sobre ventas promocionales: «Viernes Negro» (Black Friday), «Mid Season Sales...».
- Campaña sobre comprobación de las altas en el Registro de Comerciantes y Actividades 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 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 o inhibiciones de otros órganos o por denuncia o reclamación.
- 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.

Quinto. Programación temporal y geográfica de las actuaciones.

1. Las actuaciones descritas en las campañas 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, se dispone en el Anexo II del Presente Plan de Inspección.

Sexto. Protocolos de actuación.

Los protocolos de actuación que habrá de seguir el personal de la inspección comercial en el ejercicio de sus funciones y que serán elaborados por la Dirección General de Comercio, son los siguientes:

- Protocolo general de información de la normativa comercial.
- Protocolo de horarios comerciales y de comprobación de las excepciones del art. 20.1 b) y e) del TRLCIA.
- Protocolo de ventas en rebajas.
- Protocolo de Ventas de saldos y ventas en liquidación.
- Protocolo de ventas promocionales.
- Protocolo de comprobación de altas en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales

Séptimo. Seguimiento del plan.

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

- 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 fue enviado por esta Dirección General en las anteriores campañas.

- Memoria.

La Memoria tendrá 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 2019.

Sevilla, 18 de diciembre de 2018.- El Director General, Raúl Perales Acedo.

## ANEXO I

### PLAN DE INSPECCIÓN COMERCIAL 2019

Campañas de Inspección.

1. Campaña General de Información de la Normativa Comercial.
2. Campaña sobre horarios comerciales y de comprobación de las excepciones del art. 20.1 b) y e) del TRLCIA.
3. Campaña sobre ventas en rebajas.
  - a. Rebajas de invierno.
  - b. Rebajas de verano.
4. Campaña sobre ventas de saldos y ventas en liquidación.
5. Campaña sobre ventas promocionales: «Black Friday» o «Viernes Negro», «Mid Season Sales, etc.»
6. Campaña sobre comprobación de las altas en el registro de comerciantes y actividades comerciales.

1. Campaña General de Información de la Normativa Comercial.

1.1. 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 y actividades promocionales de venta. Para ello se entregarán correspondientes folletos informativos e indicaciones para acceder a la página web de la Consejería para su información.

Con objeto de que dicha información llegue al mayor número de empresas posible se remitirán también folletos a las distintas asociaciones y organizaciones para que las distribuyan entre sus asociados.

Tendrá por objeto realizar visitas a los establecimientos comerciales con el objetivo de concienciar a los comerciantes de la necesidad del cumplimiento de la normativa en materia de comercio, con el fin de beneficiar tanto a las personas comerciantes como a 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.

1.2. Planificación de actuaciones:

1.2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas informativas se realizarán a los establecimientos comerciales a los que no se haya realizado visita informativa en los últimos dos años y se realizarán a lo largo de todo el año.

### 1.2.2. Visitas informativas.

Tendrán 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 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 plazo de 10 días hábiles, adecue 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.

### 1.3. 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 visitas de inspección realizadas y la valoración de las mismas, conforme al modelo que se remita por la Dirección General de Comercio.

## 2. Campaña sobre horarios comerciales y comprobación de las excepciones del art. 20.1 b) y e) del TRLCIA.

### 2.1. Justificación y objetivos.

El modelo actual de horarios comerciales es una pieza clave del modelo de comercio andaluz, urbano y socialmente rentable y sostenible, consensuado 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, supuso 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 originó la modificación de determinados aspectos del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía.

Los objetivos de la presente campaña son:

- Evitar incumplimientos del régimen de horarios comerciales y competencia desleal respecto de otros establecimientos comerciales.

- Mejorar el sector comercial.

- Comprobar que las especialidades del artículo 20.1 b) y e) del TRLCIA sobre 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 m<sup>2</sup>, excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa, según la legislación vigente.

### 2.2. Planificación de actuaciones:

#### 2.2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos se realizarán a lo largo de todo el año y se tratará de que al menos el 50% de los establecimientos visitados sean establecimientos 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 o funcionen como tal para la apertura

del establecimiento en domingo o festivo no autorizado, con objeto de ver si cumplen los requisitos establecidos en la ley 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 m<sup>2</sup>, excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa según la legislación vigente, para comprobar si cumplen o no los requisitos establecidos por la ley para su consideración.

#### 2.2.3. Visitas de inspección.

Se realizarán visitas de inspección a lo largo de todo el año a los establecimientos comerciales que abran al público los domingos o festivos no permitidos por la normativa. Todo ello, sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en esta Consejería.

Se hará especial hincapié en comprobar si los establecimientos denominados «tienda de conveniencia» cumplen los requisitos establecidos en la ley para su consideración, comprobando si se cumple el horario de 18 horas al día mínimo, tienen entre 300 y 500 m<sup>2</sup>, 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 algunos establecimientos hicieron en su momento al solicitar el certificado de tienda de conveniencia se cumplen. Así mismo, se inspeccionarán los establecimientos 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 m<sup>2</sup> excluidos los que pertenezcan a empresas o grupos de distribución que no sean pequeñas y medianas empresas, para ver si se adecuan a la excepción establecida por la ley o están sujetos al Régimen General. En el caso de que se visite un establecimiento comercial deberá cumplimentarse el «Protocolo de Inspección de - Horarios Comerciales».

#### 2.3. 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 ha remitido la Dirección General de Comercio en la campaña anterior.

### 3. Campaña sobre ventas en rebajas.

#### 3.1. Justificación y objetivos.

El Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía 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 de Andalucía 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, por tanto, son los siguientes:

- Evitar fraudes de ley e incumplimientos.
- Evitar confusión e indefensión de los consumidores.
- Mejorar el sector comercial.

#### 3.2. Actuaciones.

##### 3.2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos se realizaran en torno a los periodos estacionales de invierno y de verano durante los meses de enero-febrero y julio-agosto.

Las inspecciones se llevarán a cabo en aquellos establecimientos que publiciten 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.

No obstante, si se detectara que los comercios inician las rebajas en diciembre o junio se podrán poner en marcha las actuaciones de inspección con antelación a la fecha genérica de realización.

#### 3.2.2. 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 preferentemente.

Se realizarán en dos fases:

- Una primera fase de toma de precios, con una antelación aproximada de quince días antes de los periodos publicitados de rebajas.

- Una segunda fase en el periodo de rebajas del establecimiento.

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».

#### 3.3. 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 ha remitido la Dirección General de Comercio en la campaña anterior.

### 4. Campaña sobre ventas de saldos y ventas en liquidación.

#### 4.1. Justificación y objetivos.

Diferentes establecimientos comerciales de Andalucía utilizan 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.

#### 4.2. Actuaciones.

##### 4.2.1. 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 publiciten en sus escaparates o en publicidad ventas de saldos o denominaciones similares y ventas en liquidación.

##### 4.2.2. 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 Ley establece para la venta en liquidación o saldos y deberá cumplimentarse, en su caso los protocolos de inspección sobre «ventas de saldos» y «ventas en liquidación».

##### 4.2.3. Visitas a establecimientos que comuniquen ventas en liquidación.

La inspección comercial habrá de girar escrito a todos aquellos establecimientos comerciales que comuniquen a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio el inicio de una venta en liquidación indicándole los requisitos casos establecidos en la ley y en los días siguientes girar visita 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.

#### 4.3. 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 ha remitido la Dirección General de Comercio en la campaña anterior.

### 5. Campaña sobre ventas promocionales.

#### 5.1. Justificación y objetivos.

Las ventas en promoción o en oferta se encuentran reguladas en el Capítulo III del Título V del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía (en adelante 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.

Los 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. Poco a poco la promoción de estos días por parte de las distintas empresas se ha ido extendiendo por nuestra comunidad autónoma.

En España se han impulsado estas celebraciones llegando a tener actualmente una gran aceptación, multiplicándose en los escaparates de nuestras ciudades la publicidad de estas promociones 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 antijurídicas que todo buen comerciante debe desechar.

La presente campaña tiene los siguientes objetivos:

- Evitar confusión e indefensión de los consumidores.
- Evitar fraudes e incumplimientos.
- Mejorar el sector comercial.

## 5.2. Actuaciones.

### 5.2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

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

Las visitas a los establecimientos que promocionen «Black Friday o Viernes Negro» se realizarán durante el mes de noviembre.

No obstante, si se detectara que los comercios inician la promoción de «Mid Season Sales» o similar en otras fechas se podrán poner en marcha las actuaciones de inspección con anterioridad o posterioridad a la fecha genérica de realización.

### 5.2.2. Visitas de inspección.

Su objetivo será 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 Ley establece para la ventas promocionales, comprobar la debida separación entre los distintos tipos de ventas promocionales y que el 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».

Se realizarán en dos fases:

- Una primera fase de toma de precios, con una antelación aproximada de quince días antes de los periodos publicitados de promoción.

- Una segunda fase en el periodo promocionado por el establecimiento.

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

### 5.3. 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 comprobación de las altas en el registro de comerciantes y actividades comerciales.

### 6.1. Justificación y objetivos.

Se hace preciso mantener la oportuna actualización y funcionamiento del Registro de Comerciantes y Actividades comerciales, a fin de que pueda garantizarse la 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:

- Corregir incumplimientos.  
- Evitar falsedades o incorrecciones en las declaraciones responsables en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales.

- Mejorar el sector comercial.

### 6.2. Planificación de actuaciones:

#### 6.2.1. Periodo de realización y ámbito de actuación.

Las visitas a los establecimientos se realizarán a lo largo de todo el año y se tratará de que al menos el 50% de los establecimientos 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.

Se parte 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, así como la necesidad de que las declaraciones responsables se adecuen a la realidad de la actividad y el establecimiento.



#### 6.2.2. Visitas de Inspección.

Se realizarán visitas de inspección a lo largo de todo el año a los comerciantes inscritos en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales. Todo ello sin perjuicio de las visitas de inspección que hayan de realizarse como consecuencia de las denuncias recibidas en esta Consejería.

#### 6.2.3. 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 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.

#### 6.3. 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 ha remitido la Dirección General de Comercio en la campaña anterior.