

III. OUTRAS DISPOSICIÓNS

CONSELLERÍA DE ECONOMÍA E INDUSTRIA

RESOLUCIÓN do 14 de xaneiro de 2015, da Dirección Xeral de Comercio, pola que se aproba o Plan de inspección comercial da Xunta de Galicia para o ano 2015.

De acordo co artigo 30.1 do Estatuto de autonomía de Galicia, corresponde a esta Comunidade Autónoma a competencia exclusiva en materia de comercio interior, sen prexuízo da política xeral de prezos e a lexislación sobre a defensa da competencia nos termos dispostos nos artigos 38, 131, 149.11 e 13 da Constitución española.

Con base no anterior, o Parlamento de Galicia aprobou o 17 de decembro de 2010 a Lei 13/2010, do comercio interior de Galicia, para dar cumprida resposta ás necesidades das persoas comerciantes, garantindo, pola súa vez, a debida protección ás persoas consumidoras e usuarias (artigo 3.e). A dita lei, no seu artigo 95, establece que corresponde á dirección competente en materia de comercio e os concellos, no exercicio das súas funcións de vixilancia, a inspección de produtos, actividades, instalacións e establecementos comerciais, así como o recadar das persoas titulares destes, canta información resulte precisa, sen prexuízo, claro está, das competencias inspectoras noutros ámbitos sectoriais nos que, en razón da materia, outros departamentos da Xunta de Galicia resulten competentes.

Entre uns dos obxectivos da Lei 13/2010, do 17 de decembro, do comercio interior de Galicia, atópase a potenciación da inspección de comercio como garante dos principios e directrices establecidos nesta. No seu artigo 101.3 establece que o procedemento de inspección se levará a cabo regulamentariamente, cumpríndose este mandato mediante o Decreto 152/2014, do 27 de novembro, polo que se regula a inspección de comercio de Galicia, recollendo no seu artigo 16 o desenvolvemento do Plan anual de inspección.

De acordo con anteriormente exposto, e de conformidade co establecido no Decreto 110/2013, do 4 de xullo, polo que se establece a estrutura orgánica da Consellería de Economía e Industria, esta Dirección Xeral de Comercio

RESOLVE:

Primeiro. *Aprobación do plan*

Apróbase o Plan de inspección comercial da Comunidade Autónoma de Galicia para o ano 2015, en cumprimento do artigo 16 do Decreto 152/ 2014, co contido recollido nos seguintes puntos.



Segundo. *Ámbito de actuación*

O ámbito de actuación da actividade comprendida dentro do Plan de inspección de comercio abranguerá as persoas físicas ou xurídicas que exerzan unha actividade comercial no territorio da Comunidade Autónoma de Galicia, así como os establecementos situados nela nos que se desenvolvan actividades comerciais (conforme ao establecido nos artigos 2, 4, 3 e 22 da Lei 13/2010, do 17 de decembro), con independencia da situación do seu domicilio social.

Terceiro. *Vixencia do Plan de inspección*

O presente plan de inspección constitúe o marco básico da actuación inspectora. A súa duración comprenderá desde a publicación desta resolución ata o 31 de decembro de 2015.

Cuarto. *Obxectivos do Plan de inspección*

Os obxectivos do Plan de inspección comercial serán os seguintes:

a) Informar as persoas comerciantes dos requisitos legais derivados da práctica do comercio interior na Comunidade Autónoma de Galicia consonte a normativa comercial de aplicación, co obxecto de lograr o desenvolvemento máis axeitado da actividade comercial no seu propio beneficio e no das persoas consumidoras.

b) Establecer a planificación das actuacións que sexan adecuadas para velar polo respecto da normativa vixente en materia de comercio interior.

Quinto. *Campañas de inspección e actuacións*

O Plan de inspección articularase arredor das campañas que se relacionan a continuación e que se desenvolven nos anexos desta resolución:

1. Anexo I. Campañas de información da normativa comercial.

2. Anexo II. Campañas de vixilancia do cumprimento da normativa comercial:

a) Campañas sobre ás actividades de promocións de vendas.

b) Campañas sobre os prezos e medios de pagamento.



c) Campañas sobre a política de devolución de produtos.

d) Campañas sobre as feiras de oportunidades.

e) Campañas sobre os horarios comerciais.

3. Anexo III. Campañas de verificación/comprobación material de cumprimento de subvencións e outros requisitos que exixan este tipo de comprobación.

Sen prexuízo do anterior, a inspección comercial tamén realizará a actuación inspectora mediante as visitas de inspección, os requirimentos e calquera outro medio de investigación legalmente admitido que sexa necesario para garantir o cumprimento da normativa vixente en materia de comercio interior:

a) A iniciativa motivada do servizo competente en materia de ordenación comercial, no caso de ter coñecemento ou indicios da existencia de feitos que poidan ser constitutivos de infracción administrativa.

b) Por orde motivada das persoas titulares da dirección xeral, das subdireccións xerais, das xefaturas territoriais ou das xefaturas de servizo con competencias en materia de comercio nos seus respectivos ámbitos de competencias, no caso de ter coñecemento ou indicios de existencia de feitos que poidan ser constitutivos de infracción administrativa ou por petición razoada doutros órganos administrativos ou doutras administracións públicas que, tendo coñecemento de condutas ou feitos que puidesen xustificar o inicio da actividade inspectora, non teñan competencias nesta materia.

c) Con motivo de denuncia, reclamación ou queixa.

d) Por propia iniciativa do persoal inspector, ben no caso de ter coñecemento ou indicios da existencia de feitos que poidan ser constitutivos de infracción administrativa, ben en execución das campañas de inspección.

Sexto. *Programación do Plan de inspección*

As distintas campañas de inspección realizanrase de maneira similar nas catro provincias da comunidade autónoma, e dun modo homoxéneo nas grandes cidades de Galicia e no resto dos seus concellos de maior importancia socioeconómica e tecido comercial e segundo os formatos comerciais e sectores que se establezan para cada unha das cam-



pañas no seu correspondente protocolo e de acordo cos criterios de aleatoriedade ou de oportunidade que se determinen.

A súa programación temporal será a descrita para cada campaña en específico, no anexo deste Plan de inspección e as datas de realización no protocolo que se estableza.

Sétimo. *Protocolos de actuación*

Os protocolos de actuación que seguirá o persoal que compón a Inspección de Comercio desenvólvense con anterioridade ao inicio de cada unha das campañas de vixilancia da normativa comercial.

Oitavo. *Actividades formativas da inspección do comercio*

Co obxectivo de conseguir unha adecuada formación e preparación do persoal da Inspección Comercial, así como unha actuación homoxénea, realizaranse actividades formativas nas que se abordarán os aspectos legais e prácticos das actuacións descritas no presente plan de inspección.

Noveno. *Seguimento do plan*

Para o correcto seguimento das actuacións descritas no Plan de inspección, polo persoal de inspección deberán realizarse:

– Informes de cada campaña realizada, debendo remitirlos dentro dos 15 días seguintes á finalización de cada unha das campañas.

– Memoria anual na que se incluírán todos os aspectos realizados co plan de inspección.

Santiago de Compostela, 14 de xaneiro de 2015

Sol María Vázquez Abeal
Directora xeral de Comercio

ANEXO I
Campañas informativas

As campañas informativas terán por obxecto realizar visitas aos establecementos comerciais e prazas de abastos co obxectivo de concienciar as persoas comerciantes da necesidade do cumprimento da normativa en materia de comercio co fin de beneficiar tanto



ás persoas comerciantes como ás persoas consumidoras, potenciando deste modo a actuación da inspección de comercio na súa vertinte de apoio e asesoramento ao sector e no seu labor preventivo para eliminar e corrixir determinadas condutas ilícitas.

As actuacións levadas a cabo mediante esta campaña van dirixidas a informar ás persoas comerciantes sobre a normativa reguladora da actividade comercial e horarios comerciais, facendo especial fincapé en:

1) Condicións xerais da distribución comercial: obrigas xerais das persoas comerciantes e horarios comerciais.

2) Actividades promocionais de vendas.

3) Prezos: marcados de prezos, vales de compra, devolucións de produtos.

No caso de que durante a visita de información fose detectado algún incumprimento da normativa vixente nesta materia, o comerciante será requirido, a través dunha comunicación (artigo 22 do Decreto 152/2014), para que no prazo de 10 días adecúe a súa actividade á normativa vixente, emendando os defectos detectados. Logo de ter transcorrido o devandito prazo deberase levar a cabo unha visita da inspección para comprobar o cumprimento das actuacións necesarias para corrixir os defectos detectados, levantándose acta de inspección no caso de ser necesario. Se polo contrario, os incumprimentos xa fosen emendados, procederase ao arquivo das actuacións.

4) As modificacións normativas que, se é o caso, houbese e que se consideren necesarias para acadar unha maior difusión, co obxectivo de protexer tanto as persoas comerciantes, como as persoas consumidoras.

5) Outras campañas que se consideren oportunas segundo as circunstancias.

O resultado destas campañas servirá de base para a elaboración dos seguintes plans de inspección, e de referencia para potenciar o labor de vixilancia e inspección daqueles aspectos da actividade comercial nos que se observe un maior grao de incumprimento.

Realizaranse unha ou dúas campañas informativas ao longo de todo o ano, chegando a informar un mínimo de catrocentos comercios (100 por provincia).

CVE-DOG: csx4tqg0-bpp9-upz9-sko9-uojbr81rel3



ANEXO II

Campañas de vixilancia do cumprimento da normativa comercial

1. Campaña sobre promoción de vendas.

1. Xustificación e obxectivos:

A Lei 13/2010, do 17 de decembro, do comercio interior de Galicia regula, no seu título IV, as actividades de promoción de vendas, entendendo como tales aquelas nas que a oferta comercial efectuada pola persoa comerciante ás persoas consumidoras, se realiza en condicións máis vantaxosas que as habituais, co propósito de dar a coñecer un novo produto ou establecemento ou de conseguir un aumento de venda dos produtos existentes.

De acordo co artigo 36 da Lei 13/2010, do 17 de decembro, terán a consideración de actividades de promoción de vendas, entre outras, as:

- Vendas en rebaixas.
- Vendas en liquidación.
- Vendas con desconto.

A nova regulación en relación a este tipo de vendas, é especialmente o novo marco normativo a partir do Real decreto lei 20/2012, do 13 de xullo, de medidas para garantir a estabilidade orzamentaria e do fomento da competitividade, supuxo a entrada en vigor dunha serie de medidas en relación coas promocións de vendas co obxectivo de liberalizar o exercicio da actividade comercial, por exemplo, a supresión dos períodos obrigatorios para realizar as vendas en rebaixas.

Tendo en conta o anterior e co obxectivo de que este novo escenario para a práctica comercial, non supoña un menoscabo nos dereitos e garantías das persoas consumidoras, así como para servir de apoio e información as persoas comerciantes, é polo que se pretende desenvolver esta campaña sobre as promocións de vendas.

Os obxectivos son os seguintes:

a) Facilitar a información suficiente ao sector en relación aos requisitos xerais que deben cumprir as distintas formas de promoción de vendas, e as novidades xurdidas en relación a estas.



b) Identificar os establecementos comerciais que realicen vendas en rebaixas e comprobar que cumpren cos requisitos que a normativa establece como necesarios para este tipo de vendas.

c) Verificar que todas as vendas en liquidación que se anuncien en establecementos comerciais, se atopen nos supostos recollidos na Lei de comercio interior de Galicia.

d) Detectar e evitar o incumprimento na realización das vendas promocionais así como a competencia desleal en relación con outros establecementos comerciais.

e) Detectar e evitar prácticas comerciais desleais para coas persoas consumidoras e/ou usuarias.

f) Mellora do tecido comercial.

2. Actuacións:

As visitas de inspección aos distintos establecementos realizaranse prestando especial atención nos períodos marcados polos establecementos para levar a cabo neles algún tipo de promoción de vendas.

As inspeccións levaranse a cabo naqueles establecementos que publiciten calquera tipo de promoción de vendas.

Con anterioridade ao inicio de cada unha das campañas que se vaia desenvolver conforme a protocolo previamente definido, farase unha reunión para planificar as actuacións que se van levar a cabo e os establecementos aos que visitar para unha maior eficiencia e axilidade nos labores inspectores.

Dentro desta campaña levaranse actuacións co fin de comprobar a adecuación das actividades de promoción de vendas levadas a cabo polas persoas comerciantes ao preceptuado para cada unha delas nas Lei do comercio interior de Galicia: exhibición da duración de cada tipo de promoción, prezos, etiquetaxe de produtos, existencia de follas de reclamacións e cartel anunciador destas e calquera outra das condicións que se fixan para cada unha delas.

A maneira de verificar o anterior será a través de 100 establecementos comerciais de cada provincia, nos que se comprobará o cumprimento da normativa vixente na materia, de acordo co seguinte número de inspeccións:

Actividade de promoción de vendas	Nº de inspeccións por provincia
Venda en rebaixas	50



Actividade de promoción de vendas	Nº de inspeccións por provincia
Venda en liquidación	25
Venda con desconto	25

O número de inspeccións correspondente a cada actividade poderá variar respectando en todo caso o número de inspeccións totais.

3. Datos e resultados:

Ao remate do labor de inspección enviarase á Dirección Xeral de Comercio o correspondente informe no que se reflectirán as inspeccións realizadas e a súa valoración.

2. Campaña sobre prezos e medios de pagamento.

1. Xustificación e obxectivos:

No capítulo III do título I da Lei 13/2010, do 17 de decembro, do comercio interior de Galicia e, concretamente, no seu artigo 10, regúlase o prezo dos produtos e servizos, establecendo que ben que, o prezo dos produtos e servizos será o fixado libremente polas persoas oferentes, sen máis limitacións que as impostas pola lexislación vixente en materia de prezos e marxes comerciais e de protección da libre competencia, deberán, en todo o caso, cumprir co disposto na normativa ditada para a protección das persoas consumidoras e usuarias.

Ao longo do artigo citado especificanse distintas características que deberán cumprir os prezos dos produtos ou servizos ofertados polo comerciante, como, por exemplo: que o produtos deberán estar marcados co seu prezo de forma inequívoca e facilmente identificable, que deben ser visibles desde o exterior os expostos nos escaparates dos establecementos, que nos produtos que se vendan a granel se indicará o prezo da unidade de medida, que no prezo deberán estar incluídos todos os tributos aplicables, que no caso de que na marcación do produto existisen dous ou máis prezos diferentes, a persoa comerciante estará obrigada a vender ao prezo máis baixo dos exhibidos.

No punto 7 do artigo 10, a Lei do comercio interior de Galicia aborda o tema dos medios de pagamento, indicando que a persoa comerciante explicitará por escrito, na zona de caixa e de forma visible para a persoa consumidora, os medios de pagamento admitidos, información esta que deberá aparecer tamén no tiquet de compra.



Os obxectivos que se perseguen con esta campaña son os seguintes:

a) Facilitar a información suficiente ao sector en relación aos requisitos xerais en relación cos prezos dos produtos e coas formas de pagamento, facendo fincapé no senso de recordar ás persoas comerciantes que os medios de pagamento admitidos deberán ser estas en períodos normais de vendas como en períodos de promocións ou rebaixas.

b) Detectar e evitar fraudes en canto ao preceptuado na normativa de comercio e os seus posible incumprimentos.

c) Defensa das persoas consumidoras.

d) Mellora do tecido comercial.

A maneira de verificar o anterior será a través da visita a 100 establecementos comerciais por cada provincia.

En todo caso incluíranse aqueles nos cales durante a campaña informativa foi detectado algún incumprimento da normativa nesta materia, levantándose acta de inspección no caso de ser necesario. Se polo contrario os incumprimentos xa fosen emendados procederase ao arquivo das actuacións.

2. Datos e resultados:

Ao remate do labor de inspección enviárase á Dirección Xeral de Comercio o correspondente informe no que se reflectirán as inspeccións realizadas e a súa valoración.

3. Campañas sobre a política de devolución de produtos.

1. Xustificación e obxectivos:

No artigo 10.7 da Lei 13/2010, do 17 de decembro, do comercio interior de Galicia, regula que no caso de ser admitida de devolución se procederá, por opción da persoa comerciante, ao reembolso do importe ou ao outorgamento dun vale sen caducidade ou documento acreditativo da débeda, sen caducidade, polo importe correspondente. A dita información deberá estar exposta por escrito de forma visible para a persoa consumidora e deberá figurar igualmente no tiquet de compra.



Os obxectivos que se perseguen con esta campaña son os seguintes:

a) Facilitar a información suficiente ao sector en relación aos requisitos xerais en relación coa política de devolución de produtos.

b) Detectar e evitar fraudes en canto ao preceptuado na normativa de comercio e os seus posible incumprimentos.

c) Defensa das persoas consumidoras.

d) Mellora do tecido comercial.

A maneira de verificar o anterior será a través da visita a 100 establecementos comerciais por cada provincia.

En todo caso incluíranse aqueles nos cales, durante a campaña informativa, foi detectado algún incumprimento da normativa nesta materia, levantándose acta de inspección no caso de ser necesario. Se polo contrario os incumprimentos xa fosen emendados, procederase ao arquivamento das actuacións.

2. Datos e resultados:

Ao remate do labor de inspección enviárase á Dirección Xeral de Comercio o correspondente informe no que se reflectirán as inspeccións realizadas e a súa valoración.

4. Campaña sobre control das feiras de oportunidades.

1. Xustificación e obxectivos:

No capítulo único do título VII da Lei 13/2010, do 17 de decembro, do comercio interior de Galicia, no seu artigo 94, regúlanse as feiras de oportunidades celebradas por persoas comerciantes, entendéndose por estas aquelas de carácter multisectorial promovidas por persoas comerciantes ou polas súas estruturas asociativas e celebradas fóra dos seus respectivos establecementos comerciais permanentes ou fixos, en lugares do núcleo urbano habilitados para o efecto polo respectivo concello.

No mesmo capítulo recóllense os requisitos exixidos para a súa celebración e que deben ser observados polos promotores e participantes das feiras para dar cumprimento ao preceptuado na Lei de comercio interior de Galicia.



Os obxectivos que se perseguen con esta campaña son os seguintes:

a) Facilitar a información suficiente ao sector en relación aos requisitos necesarios para poder celebrar a feira de oportunidades, controlando que se cumpra o estipulado na Lei de comercio interior de Galicia.

b) Detectar e evitar fraudes en canto ao preceptuado na normativa de comercio e os seus posible incumprimentos.

c) Defensa das persoas consumidoras.

d) Mellora do tecido comercial.

2. Actuacións:

As visitas de inspección realizaranse nas feiras de oportunidades que se celebren ao longo de todo ao ano cun mínimo de 4 feiras en cada unha das provincias.

A comprobación realizarase sobre unha mostraxe dun mínimo de 4 feiras de oportunidades en cada unha das provincias e terá por obxectivo tanto a verificación do cumprimento dos requisitos sinalados no artigo 94, así como o cumprimento da normativa en materia de prezos e devolucións de produtos e a que a venda se efectúe en condicións máis vantaxosas.

3. Datos e resultados:

Ao remate do labor de inspección, enviarase á Dirección Xeral de Comercio o correspondente informe no que se reflectirán as inspeccións realizadas e a súa valoración.

5. Campañas de control de horarios comerciais.

1. Xustificación e obxectivos:

A Lei 13/2006, do 27 de decembro, de horarios comerciais de Galicia, regula os horarios de apertura e peche dos establecementos comerciais no ámbito territorial da comunidade autónoma de Galicia, sendo modificada pola Lei 1/2013, do 13 de febreiro, para adaptala á norma normativa básica establecida polo Real decreto lei 20/2012, do 13 de xullo, e á realidade comercial galega.



Na súa exposición de motivos reflicte a necesidade de preservar o modelo comercial galego caracterizado pola relevante presenza do comercio retalista no tecido produtivo de Galicia, sendo a regulación dos horarios un elemento esencial na ordenación do comercio como instrumento que permite facer posible o equilibrio entre as grandes empresas de distribución e o conxunto de pequenas e medianas empresas comerciais, buscando, ademais, o equilibrio entre o abastecemento comercial e a conciliación da vida familiar e laboral.

Os obxectivos que se perseguen con esta campaña son os seguintes:

a) Facilitar a información sobre o réxime xeral de horarios comerciais, así como o horario que rexe para os establecementos que teñen liberdade, de acordo co que se estipula na Lei de horarios comerciais. Informar sobre a obrigação de ter exposto nun lugar visible o horario de apertura e peche do establecemento comercial.

b) Evitar os posibles incumprimentos dos horarios comerciais e a competencia desleal con respecto a outras persoas comerciantes.

c) Defensa das persoas consumidoras.

d) Mellora do tecido comercial.

2. Actuacións:

As visitas de inspección realizarase os festivos e domingos non autorizados comercialmente ao longo do ano, atendendo especialmente aqueles establecementos comerciais que teñan unha superficie de exposición e venda superior aos 300 metros cadrados aos cales non lles é de aplicación o réxime de liberdade horaria, así como os establecementos situados nos contornos inmediatos de celebración de feiras e mercados tradicionais no mesmo horario da súa celebración naqueles concellos que non o teñan autorizado conforme a lei de horarios comerciais.

Con anterioridade ao inicio de cada unha das campañas que se vaian desenvolver farase unha reunión para planificar as actuacións para levar a cabo e os establecementos aos que visitar para unha maior eficiencia e axilidade nos labores inspectores.

A maneira de verificar o anterior será a través dunha mostraxe en catro festivos ou domingos non autorizados por provincia co obxectivo de verificar a adecuación dos establecementos comerciais á normativa en materia de horarios comerciais.



3. Datos e resultados:

Ao remate do labor de inspección, enviarase á Dirección Xeral de Comercio o correspondente informe no que se reflectirán as inspeccións realizadas e a súa valoración.

ANEXO III

Campañas de verificación e comprobación material

As campañas de verificación e comprobación material de cumprimento de subvencións, así como doutros requisitos que exixan este tipo de comprobación, realizarase logo da correspondente resolución de convocatoria das ordes de axudas ou cando de acordo con estas proceda levalas a cabo.

1. Xustificación e obxectivos.

As campañas terán como obxectivo a verificación e comprobación por parte do órgano concedente, do cumprimento por parte do beneficiario das diversas obrigas asumidas coa concesión da subvención de conformidade co establecido nas bases reguladoras das ordes de subvención convocadas, principalmente, comprobarase a realización da actuación subvencionada e o cumprimento da finalidade que determinou a súa concesión.

2. Actuacións.

Levaranse a cabo un mínimo de 100 actuacións de verificación e comprobación material repartidas entre as distintas liñas de subvencións concedidas no ano 2014.

3. Datos e resultados.

Ao remate do labor de inspección, enviarase á Dirección Xeral de Comercio o correspondente informe no que se reflectirán as inspeccións realizadas e a súa valoración.

