

1.- PROGRAMA DE COMERCIO MINORISTA 2025

Requisitos generales de los establecimientos.

- Todos los establecimientos visitados han de disponer de licencia municipal de apertura o estar en posesión del justificante de haberla solicitado o una declaración responsable para la apertura del establecimiento.
- Del mismo modo, todos los establecimientos han de disponer de hojas de reclamaciones en el mismo establecimiento, a disposición de los consumidores; también deben exponer de modo visible y legible el cartel preceptivo de la existencia de las mismas (a ser posible el oficial).
- Todos los establecimientos han de mostrar a la entrada del establecimiento los horarios de atención al público.
- El 100% de los establecimientos han de mostrar los precios en los escaparates. Se podría aceptar que, por motivos de seguridad del propio establecimiento, si los productos fuesen de alto valor, se oculte el precio de estos. Al margen de esta excepción, se acepta una tolerancia en general de productos sin indicar el precio del 30%, pero ello dependerá también del número de productos mostrados.
- El 100% de los productos a la venta en el establecimiento han de indicar el precio. El sistema utilizado por el establecimiento para mostrar el precio puede ser distinto según el tipo de producto de que se trate, del tipo de establecimiento y del sistema de venta.
- Todos los productos de folletos promocionales han de mostrar el precio venta al público y en los que le sea de aplicación el precio por unidad de medida, **el tamaño de la letra de ambos ha de ser similar.**
- Todos los establecimientos han de entregar **justificante de pago** de los productos **sin que el consumidor se lo solicite.**
- En todos los establecimientos de reparación de prendas o de calzado ha de existir información sobre los servicios que se prestan, las condiciones y su **precio**. Además, todos ellos han de entregar **resguardo de depósito de las prendas o calzado** que se deja en el establecimiento con un mínimo de información, que se detalla en este dossier. Del mismo modo han de entregar **justificante de pago** por los servicios que se hayan prestado.
- Ninguna de las promociones de ventas que se verifique ha de incluir cláusulas abusivas o ser consideradas prácticas desleales, como por ejemplo en promociones de precio de 2ª o sucesivas unidades el precio de estas figure de modo más destacado que el precio de la primera unidad, **el tamaño de la letra de ambas ha de ser similar.**

NORMATIVA

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto refundido de la ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (TRLGDCU)
- Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las personas consumidoras en Castilla-La Mancha (LEPPCCCLM)

- Ley 7/1996, de 15 enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM)
- Ley 3/1991 de 10 de enero de competencia desleal.
- Ley 2/2010 de 13 de mayo, de ordenación del comercio minorista de Castilla-La Mancha (LCMCLM).
- Real Decreto 3423/2000 de 15 de diciembre, por el que se regula la Indicación de los Precios de los Productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Decreto 2807/1972 por el que se regula la publicidad y marcado de precios en la venta al público de artículos al por menor.
- Decreto 72/1997, de 24 de junio, de las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios.
- Real Decreto 1619/2012 de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

PLANIFICACIÓN

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	OFERTAS	FOLLETOS	Nº CONTROLES
ALBACETE	75	10	5	90
CIUDAD REAL	50	5	0	55
CUENCA	50	5	5	60
GUADALAJARA	75	10	5	90
TOLEDO	75	5	0	80
TOTAL CASTILLA-LA MANCHA	325	35	15	375

1.1.- CONTROLES EN ESTABLECIMIENTO

- Dispone el establecimiento, **a fecha de la inspección**, del documento que avale estar en posesión de la correspondiente licencia municipal o en su caso de la solicitud con la correspondiente declaración responsable.
- Se exhibe de forma perfectamente visible y legible el cartel anunciador donde figura la leyenda “existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor y usuario”, en lengua castellana y también en los idiomas inglés y francés.
- Existen a disposición del consumidor hojas de reclamaciones según el modelo oficial
- Se exhibe en lugar visible desde el exterior, el horario del establecimiento
- En el caso de existir escaparate se cumple con la obligación de indicar los precios de los objetos expuestos (*solo de los que se puedan adquirir en el establecimiento*).
- Se indica el precio de venta de los objetos puestos a la venta sobre el propio producto o en el lineal.
- El precio se indica de forma completa (impuestos incluidos).
- El precio se indica de forma inequívoca y claramente legible.
- El precio se indica de forma visible, sin que el consumidor tenga que solicitar información.
- Se indica el precio por unidad de medida (PUM) de los productos a la venta, referidos a la magnitud correcta (kg, l, m)
- La información sobre el PUM es legible y visible.
- El PUM se refiere, cuando proceda, al peso neto escurrido (*solo en productos alimenticios en líquido de cobertura*).
- El precio de venta público de determinados objetos elegidos al azar por la inspección de los expuestos para su venta coincide con el precio que se cobra en caja.
- Dispone de documentación de origen del producto
- Se informa de los medios de pago que no acepta el establecimiento (En caso de no informar sobre este punto se entenderá que acepta todos los medios de pago).
No se aceptará información verbal.
- La empresa emite facturas o facturas simplificadas o justificante de la venta a todos los clientes, independientemente de que lo soliciten o no.
- El documento acreditativo de la venta incluye identificación del vendedor, de la contraprestación (en su caso unidades y precio por unidad) fecha de la misma e incluye los correspondientes impuestos.
- Se informa de las condiciones de prestación del servicio.
- Se informa del precio de los arreglos o reparación. (no es válida la información verbal)
- En ese precio se incluyen los impuestos (IVA)
- Se realiza resguardo de depósito de la prenda o del calzado para arreglar o reparar.
- Se entrega copia del resguardo de depósito.
- En el resguardo de depósito figura como mínimo la identificación de la empresa que toma la prenda o el calzado, la del consumidor que la deja en depósito, el servicio solicitado y la fecha prevista de entrega.

- Existen carteles que informen sobre la correcta utilización de los carros de compra¹
- Existen carteles que informen sobre la correcta utilización de las rampas mecánicas².

¹ (norma UNE 1929-1 y 2): En el propio carro, o en el lugar donde el cliente lo recoge, de forma visible y fácilmente legible por el usuario, se deben colocar unos carteles en donde se reflejen las advertencias y recomendaciones que cubran la siguiente información: peso máximo del niño que admita el asiento porta-bebés, que no podrá sobrepasar de 18 KG; que los niños deben ir sentados en su asiento porta-bebés y nunca dentro del carro; que el contenido del carro debe distribuirse uniformemente para evitar que pierda estabilidad

² Rampas mecánicas: en caso de existencia de rampas mecánicas se deben exponer carteles, bien al inicio de las mismas, o en el lugar de recogida del carro, de forma visible y fácilmente legible por el usuario, que cubran la siguiente información:

el manejo correcto del carro en la cinta transportadora; que ningún producto voluminoso sea transportado especialmente si sobresale lateralmente; cómo se debe introducir el carro en la cinta transportadora; que la carga máxima del carro en la cinta transportadora no deberá exceder de 160 KG (tara+carga).

1.2.- CONTROLES SOBRE OFERTAS PROMOCIONALES

- Se constata mediante documentación de compra que los productos ofertados forman parte de las existencias previas (salvo para productos de nuevo lanzamiento).
- Se informa con claridad suficiente de las reglas o condiciones especiales para la promoción.
- Los productos promocionados están claramente separados del resto de artículos del establecimiento.
- Hay existencias suficientes de los artículos en promoción por lo menos para afrontar el primer día de promoción.
- Se cumple con la prohibición de limitar las cantidades de productos promocionados que se pueden adquirir.
- Se mantienen los precios de la promoción con independencia de la cantidad adquirida.
- Existe doble marcado de precios (precio antiguo y nuevo) de los productos ofertados o indicación de la reducción de precio en porcentaje (*salvo para productos de nuevo lanzamiento*).
- En las ofertas 3x2 o similar, se informa del precio antiguo y nuevo de cada uno de los productos que forman parte del paquete ofertado o reducción en porcentaje.
- En ofertas de reducción del precio de la segunda unidad, se cumple con la prohibición de informar del precio de la segunda unidad con un tamaño o aspecto de letra más destacada que el de la primera unidad.
- En la publicidad estática del establecimiento (cartelería) se incluye el precio antiguo y el nuevo (*salvo para productos de nuevo lanzamiento*).
- En información de precios (independientemente del soporte) se incluye **el precio por unidad de medida**.
- Se cumple con la obligación de que la promoción incluya las fechas de duración de la misma. En el caso de folletos o catálogos, se cumple con la obligación de incluir la fecha de duración de la oferta.
- Se cumple la prohibición de incluir cláusulas abusivas en la publicidad o en la promoción.
- Los productos de la promoción tienen, a simple vista, las mismas características y calidad que los mismos de venta ordinaria.
- Se comprueba que el precio de determinados productos coincide con el precio indicado en el lineal y coincide también con el precio que se cobra en caja.
- Se cumple con la prohibición de que la publicidad de la promoción controlada, incluida su presentación, induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios.
- En caso de ofertas limitadas a un número de productos, informa del nº total de unidades objeto de la promoción. (Describir en acta de inspección los productos comprobados).
- En establecimientos autodenominados "OUTLET" o equivalente, en el caso de que se efectúe venta de saldos, se indica claramente en el exterior del establecimiento
- En establecimientos autodenominados "OUTLET" o equivalente, en el caso de que se efectúe venta de saldos, cuando se ofrecen artículos defectuosos o deteriorados consta expresamente tal circunstancia.

VENTA EN REBAJAS

(Consideramos venta en rebajas cuando el comerciante así lo anuncie)

- La venta en **REBAJAS** se anuncia en el exterior del establecimiento.
- Los productos rebajados forman parte de la oferta habitual de venta desde al menos un mes antes de la fecha del inicio de las rebajas.
- Los productos rebajados cumplen con la prohibición de estar deteriorados.
- Los productos rebajados cumplen con la prohibición de ser obsoletos (*productos o prendas anticuado y poco usado en la actualidad ya que no resulta adecuado ante las circunstancias*).
- Se refleja en cada producto rebajado el precio anterior y el precio nuevo.
- Al declararse el establecimiento en rebajas se cumple con la obligación de que al menos el 50% de los productos estén rebajados.
- En caso de simultanear venta en rebajas y venta de saldos, los artículos se encuentran suficientemente separados para evitar confusiones a los consumidores.

VENTAS EN LIQUIDACIÓN

- En el supuesto de existir venta en liquidación, se indica la causa de ésta.
- Se comprueba si se ha comunicado la actividad de liquidación a Comercio.
- Se cumple con la prohibición de que la liquidación se mantenga más de un año.
- En caso de que sea la segunda o sucesivas veces que se hace liquidación para productos similares, han transcurrido al menos tres años desde que se realizó la anterior.
- Si se están liquidando productos deteriorados, se indica tal circunstancia.
- Cumple con la prohibición de tener a la venta en liquidación productos adquiridos expresamente para la liquidación.

1.3.- CONTROLES SOBRE FOLLETOS PROMOCIONALES

- Se identifica claramente al ofertante
- Se informa con claridad suficiente, incluido el tamaño de letra, del tipo de promoción que se realiza.
- Se informa con suficiente claridad de las reglas básicas de la promoción.
- Se indica el periodo de validez de la oferta o promoción.
- En caso de ofertas limitadas a un número de productos, se informa del nº total de unidades objeto de la promoción.
- Se cumple con la prohibición de limitar las cantidades de productos promocionados que se pueden adquirir.
- Los productos promocionados figuran claramente identificados.
- Figuran las características básicas e información legal de los productos ofertados.
- Los productos de la promoción tienen, a simple vista, las mismas características y calidad que los mismos de venta ordinaria.
- Existe doble marcado de precios (precio antiguo y nuevo) de los productos ofertados **(salvo para productos de nuevo lanzamiento)** o indicación de la reducción porcentual.
- En información de precios (independientemente del soporte) el precio es completo, incluidos los impuestos, desglosando en su caso el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a cada oferta y los gastos que se repercutan en el consumidor.
- En información de precios (independientemente del soporte) se incluye **el precio por unidad de medida, en los productos obligados a ello.**
- La información sobre el precio por unidad de medida está referido a la magnitud correcta.
- Se cumple con la prohibición de que la información sobre el precio unitario y el precio por unidad de medida figure reflejada en un tamaño, color, tipo de letra y ubicación susceptibles de causar confusión al consumidor.
- La información sobre el precio unitario y el precio por unidad de medida incluye todas las posibilidades de compra que promociona el folleto.
- Se cumple la prohibición de incluir en la publicidad de la promoción cláusulas abusivas o condiciones de acceso no permitidas.
- En caso de ofrecer financiación, se informa de las condiciones básicas.
- En el caso de que se efectúe venta de saldos, cuando se ofrecen artículos defectuosos o deteriorados consta expresamente tal circunstancia.