



INSPECCIONES DE COMERCIO

Obligaciones generales de todos los comerciantes

Visibles desde el exterior del establecimiento:

- **Horario de apertura y cierre.**
En los establecimientos comerciales deberán exponerse los días de apertura semanal y los horarios de apertura y cierre, de forma perfectamente visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando el local esté cerrado. **(Art 39 Ley 11/2006)**
- **Medios de pago admisibles.**
El comerciante que practique cualquier tipo de venta tendrá la obligación de informar al consumidor sobre los medios de pago admisibles en la operación, de forma visible desde el exterior del establecimiento. **(Art 46 Ley 11/2006)**
- **P.V.P de todos los artículos expuestos para su venta en escaparates.**
En cualquier caso el comprador estará en condiciones de conocer el precio de los artículos expuestos en el escaparate sin necesidad de entrar en el establecimiento comercial... **(Art 3.2 D 2807/1972)**

Obligaciones en el interior:

- **Anuncio del medio del que disponen para interponer reclamaciones por parte de los consumidores (hojas, email, dirección postal...)**

Los comerciantes minoristas o sus representantes, conforme a lo dispuesto en el Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia deberán tener a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones y exhibir un cartel, preferentemente el modelo establecido en el anexo III del Decreto n^o3/2014, de 31 de enero, por el que se regula el sistema unificado de reclamaciones de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. **(Art 28c Ley 11/2006)**

Son obligaciones de los empresarios incluidos en el ámbito de aplicación del presente decreto:

- a) Tener hojas de reclamaciones a disposición de los consumidores y usuarios en todos sus establecimientos, locales o dependencias abiertas al público.
- b) Exhibir en el establecimiento o lugar donde proceda, de modo permanente y perfectamente visible, un cartel en el que figure de forma clara y legible la leyenda "Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor y usuario". **(Art 3a y 3b D 31/2014)**

Los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la dirección postal, número de teléfono, fax, cuando proceda, y dirección de



correo electrónico en los que el consumidor y usuario, cualquiera que sea su lugar de residencia, pueda interponer sus quejas y reclamaciones...

Los empresarios deberán dar respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación. **(Art 21.3 RDL 1/2007)**

Cuando una reclamación presentada directamente por el consumidor al empresario no haya podido ser resuelta, éste deberá facilitar al consumidor la información relativa a si se encuentra adherido a una entidad de resolución alternativa de litigios de consumo o si está obligado por una norma o código de conducta a participar en el procedimiento ante una concreta entidad. De no ser así, deberá facilitarle la información relativa, al menos, a una entidad que sea competente para conocer de la reclamación, haciendo la indicación de si participará en el procedimiento ante la entidad o entidades indicadas. Esta información será facilitada en papel o en cualquier otro soporte duradero en el momento de la contestación de la reclamación o en el plazo máximo de un mes desde su interposición si el empresario no hubiera contestado la misma de forma expresa.

El incumplimiento por los empresarios de la obligación de información establecida en el artículo anterior tendrá la consideración de infracción grave en materia de defensa de los consumidores y usuarios **(Art 40.3 y 41 Ley 7/2017)**

[http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1291&RASTRO=c1055\\$m8822&IDTIPO=246](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1291&RASTRO=c1055$m8822&IDTIPO=246)

- Entrega de justificante de la transacción comercial (factura simplificada), que contenga todos los datos obligatorios exigidos:
 - Nº de factura
 - Fecha de expedición
 - Datos del obligado a su expedición (Nombre y apellidos/Razón Social y NIF)
 - Identificación del tipo de bien entregado
 - Tipo impositivo soportado y opcionalmente la expresión “IVA incluido”. En el caso de que una misma factura comprenda operaciones sujetas a diferentes tipos de IVA, deberá especificarse por separado la parte de base imponible correspondiente a cada una de ellas.

Los comerciantes minoristas o sus representantes, conforme a lo dispuesto en el Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia y su normativa de desarrollo, y sin perjuicio de ésta, deberán:

- b) Entregar factura, recibo o documento acreditativo de la operación realizada conforme establezca la legislación vigente en materia de protección de los consumidores. **(Art 28b Ley 11/2006)**

Las Administraciones Públicas de la Región de Murcia, con competencia en materia de defensa del consumidor y usuario, promoverán acciones que aseguren el respeto de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios y, en



particular, las encaminadas a garantizar: a) La entrega de recibo o documento acreditativo de las operaciones realizadas, debidamente desglosado, en su caso. **(Art 8a Ley 4/1996)**

Las facturas simplificadas y sus copias contendrán los siguientes datos o requisitos... **(Art 7 RD 1619/2012)**

- Marcado del precio de todos los artículos a la venta incluidos aquellos expuestos en vitrinas o armarios, de forma visible por el cliente. *(Normativa al final del documento)*
- Información del precio por unidad de medida en los productos que así lo requieran. *(Normativa al final del documento)*
- Información de los materiales utilizados en los componentes principales del calzado (en su caso)

En los puntos de venta al consumidor se expondrá en un lugar destacado próximo a los artículos de calzado, un cartel que explique el significado de los pictogramas. El cartel será fácilmente visible y claramente legible por el consumidor, el tamaño de los caracteres y símbolos o pictogramas será lo suficientemente grande para facilitar la comprensión de la información. **(Art 5.5 RD 1718/1995)**

Obligaciones en el ejercicio de promociones de venta (Rebajas, Saldos, Liquidaciones...).

Requisitos generales.

- Anuncio de la duración de cualquier promoción de venta con día inicial y final.

En los anuncios de las ventas deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas. **(Art 19.1 Ley 7/1996)**

El comerciante minorista al que sea imputable la actividad deberá informar sobre el día inicial y final de la misma en su establecimiento y en la difusión publicitaria que, en su caso, realice respecto de la citada actividad. **(Art 45b Ley 11/2006)**

- Anuncio de la ventaja económica aplicada (precio anterior y actual o precio anterior y % descuento) tanto en el establecimiento como en la difusión publicitaria que se realice de las mismas.

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



Se entenderá por precio anterior, el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes. **(Art 20.1 Ley 7/1996)**

En las actividades promocionales de ventas deberá figurar el precio de venta en todos los artículos junto al precio de venta anterior. **(Art 29.5 Ley 11/2006)**

- En toda forma de publicidad o promoción de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la existencia de una ventaja económica en determinados productos se deberá hacer constar el precio anterior y actual.

Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la diferencia de precio de determinados productos, obligará al comerciante a hacer constar en cada uno de ellos el precio ordinario con que se haya valorado el artículo con anterioridad y el precio actual.

Cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, bastará con el anuncio genérico de la oferta sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado. **(Art 47 Ley 11/2006)**

- No se condicionaran a la existencia de reducciones porcentuales máximas o mínimas.

En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas podrá condicionarse a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima. **(Art 20.2 Ley 7/1996)**

- Cuando la promoción no incluya, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, no se podrá anunciar como una medida general, sino referida a los artículos a los que afecte.

Cuando las ofertas especiales no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte. **(Art 19.2 Ley 7/1996)**

- Los artículos ofertados a precio normal deberán estar suficientemente separados de aquellos de precio reducido, de forma que no exista error entre unos y otros.

En el caso de que se oferten artículos a precio normal y a precio reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados, de forma que no pueda, razonablemente, existir error entre los que son objeto de una u otra oferta, distinguiendo, en su caso, la existencia de rebajas, saldos, liquidaciones, promociones u obsequios **(Art 21 Ley 7/1996)**



- En caso de que una actividad promocional quedara limitada al agotamiento de los productos destinados a la misma, con expresiones como "hasta fin de existencias" o "últimas unidades" el comerciante minorista habrá de informar claramente sobre el número total de unidades objeto de la actividad.

La disponibilidad y existencias de los productos objeto de la actividad promocional habrá de ser suficiente. Si la actividad promocional quedara limitada al agotamiento de los productos destinados a la misma, el comerciante minorista habrá de informar claramente sobre el número total de unidades objeto de la actividad. **(Art 45c Ley 11/2006)**

- Los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador.

Los comerciantes no podrán limitar la cantidad de artículos que pueden ser adquiridos por cada comprador ni establecer precios más elevados o suprimir reducciones o incentivos para las compras que superen un determinado volumen. En el caso de que, en un establecimiento abierto al público, no se dispusiera de existencias suficientes para cubrir la demanda, se atenderá a la prioridad temporal en la solicitud. **(Art 9.2 Ley 7/1996)**

- El comerciante no se podrá desvincular de la oferta en base a errores tipográficos o de imprenta.

La información y la publicidad relativa a las actividades no podrá contener cláusulas abusivas y en particular de desvinculación basadas en errores tipográficos y, en general, de imprenta. **(Art 45a Ley 11/2006)**

Particularidades

- Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos y con la duración que decida libremente cada comerciante.

Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.

No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante.

La duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante. **(Art 24 y 25 Ley 7/1996)**



- En caso de venta en liquidación indicación de la causa legal que la motiva y su duración (máximo 1 año).

Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos en alguno de los casos siguientes:

- a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

La duración máxima de la venta en liquidación será de un año. **(Art 30 y 31 Ley 7/1996)**

- Las ventas en liquidación no podrán simultanarse en un mismo establecimiento comercial con ninguna otra actividad promocional de venta.

Las actividades de promoción de ventas podrán simultanarse en un mismo establecimiento comercial, excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.

(Art 18.4 Ley 7/1996 y Art 42.5 Ley 11/2006)

- Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de «venta de restos» y cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia.

Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de «venta de restos».

Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible. **(Art 28 y 29 Ley 7/1996)**



Región de Murcia
Consejería de Empresa,
Empleo, Universidades
y Portavocía.

Dirección General de Comercio
e Innovación Empresarial

Servicio de Inspección de Comercio
Interior

C/ San Cristobal, 6
30001 Murcia
Tlf: 968362000 y 012

Obligaciones en comunicaciones comerciales (folleto publicitario...)

- Nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial o del empresario por cuya cuenta actúa.
- Características esenciales del bien ofertado.
- Precio final completo
- No podrá contener cláusulas abusivas y en particular de desvinculación basadas en errores tipográficos y, en general, de imprenta.

(Art 27d y 45a Ley 11/2006 y Art 20.1 RDL 1/2007)



NORMATIVA PRECIOS

Información/Exhibición precios

Los establecimientos comerciales, sin excepción, quedan obligados a exhibir el precio de las mercancías que se encuentren expuestas para su venta.

Este precio será anunciado en forma tal que el posible adquirente quede informado de su contenido por la sola lectura del anuncio, sin necesidad de obtener a tal efecto, ningún tipo de información complementaria. En cualquier caso el comprador estará en condiciones de conocer el precio de los artículos expuestos en anaqueles o armarios del interior sin precisar aclaración alguna al respecto por parte del vendedor. **(Art 1 y 3.2 D 2807/1972)**

Los comerciantes minoristas o sus representantes, conforme a lo dispuesto en el Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia y su normativa de desarrollo, y sin perjuicio de ésta, deberán:

Exhibir junto a los artículos sus correspondientes precios de venta al público.

El precio deberá figurar junto a todos los artículos ofertados a la venta.

Los precios deberán indicarse de modo directo, legible, exacto y completo

(Art 28a y 29.1 Ley 11/2006)

Se indicará el precio de venta en todos los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores.

(Art 3.1 RD 3423/2000)

Las Administraciones Públicas de la Región de Murcia, con competencia en materia de defensa del consumidor y usuario, promoverán acciones que aseguren el respeto de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios y, en particular, las encaminadas a garantizar:

f) La exposición pública y visible de los precios y tarifas, junto a los productos, bienes y servicios ofertados. **(Art 8f Ley 4/1996)**

Excepción

La Dirección General competente en materia de comercio podrá dispensar de la obligación de información directa sobre el precio de los artículos ofertados en venta, si el interesado u organizaciones representativas del sector afectado acreditan razones de seguridad del establecimiento u otras que se juzguen objetivamente atendibles, previo informe del Consejo Asesor Regional de Consumo. **(Art 30 Ley 11/2006)**

Precio por unidad de medida

El precio de venta al público deberá comprender la cantidad total que el comprador esté obligado a satisfacer. Dicha cantidad vendrá referida a la unidad de producto vendido, salvo que la venta se realice a granel, en cuyo caso vendrá determinada por una unidad claramente especificada (metro, litro, kilo). No será lícita la determinación del precio de venta con referencia a unidades fraccionarias. **(Art 1.2 D 2807/1972)**



Región de Murcia

Consejería de Empresa,
Empleo, Universidades
y Portavocía.

Dirección General de Comercio
e Innovación Empresarial

Servicio de Inspección de Comercio
Interior

C/ San Cristobal, 6
30001 Murcia
Tlf: 968362000 y 012

El precio deberá figurar junto a todos los artículos ofertados a la venta.

Junto al precio del artículo deberá figurar también el precio por unidad de medida de los productos conforme a la normativa de aplicación.

En los productos vendidos a granel sólo se indicará el precio por unidad de medida.

(Art 29.2-4 Ley 11/2006)

Se indicará el precio por unidad de medida en:

Todos los productos que deban llevar una indicación de la cantidad a cuya magnitud deberán referirse.

Los productos comercializados por unidades o piezas, utilizándose en este caso el uno como referencia de la unidad.

No obstante lo anterior, no se indicará el precio por unidad de medida:

- a) Cuando éste sea idéntico al precio de venta.
- b) En los productos relacionados en el anexo I.

Respecto de los productos vendidos a granel, deberá indicarse únicamente el precio por unidad de medida.

En todas las formas de publicidad que mencionen el precio de venta de los productos se indicará también el precio por unidad de medida.

El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser:

- a) Inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles, situándose en el mismo campo visual.
- b) Visibles por el consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información.

ANEXO I Quedan exceptuados de la indicación del precio por unidad de medida:

- a) Los productos que se comercializan en cantidades inferiores a 50 g o ml.
- b) Los productos de diferente naturaleza que se vendan en un mismo envase y no se comercialicen individualmente productos iguales a los que lo forman.
- c) Los productos que se comercialicen mediante venta automática.
- d) Porciones individuales de helado.
- e) Los vinos de mesa con indicación geográfica y los vinos con denominación de origen.
- f) Las bebidas espirituosas con denominación geográfica.
- g) Los productos alimenticios de fantasía

ANEXO II Particularidades

- a) En el caso de los huevos la unidad de medida se considerará la docena.
- b) En los complementos alimenticios la unidad de medida se referirá a 100 g o 100 ml.
- c) En los detergentes destinados al uso doméstico para el lavado de ropa en máquinas automáticas, la unidad de medida se referirá a la cantidad necesaria para un lavado en condiciones normales de suciedad y dureza del agua de 25 grados franceses.
- d) En el tabaco de pipa la unidad de medida se considerará 100 g.
- e) En los productos cosméticos la unidad de medida se referirá a 100 g o 100 ml.

(Art 3 y 4 y anexos RD 3423/2000)



Región de Murcia
Consejería de Empresa,
Empleo, Universidades
y Portavocía.

Dirección General de Comercio
e Innovación Empresarial

Servicio de Inspección de Comercio
Interior

C/ San Cristobal, 6
30001 Murcia
Tlf: 968362000 y 012

NORMATIVA DE APLICACIÓN

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/1996/BOE-A-1996-1072-consolidado.pdf>

Ley 11/2006, de 22 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista de la Región de Murcia.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-9420-consolidado.pdf>

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

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-20555-consolidado.pdf>

Ley 4/1996, de 14 de junio, del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/1996/BOE-A-1996-21850-consolidado.pdf>

Decreto 2807/1972, de 15 de septiembre, por el que se regula la publicidad y marcado de precios en la venta al público de artículos al por menor.

<https://www.boe.es/boe/dias/1972/10/14/pdfs/A18296-18297.pdf>

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.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2000/BOE-A-2000-24118-consolidado.pdf>

Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2004/BOE-A-2004-21421-consolidado.pdf>

Decreto nº3/2014, de 31 de enero, por el que se regula el sistema unificado de reclamaciones de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

[https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=101680&IDTIPO=60&RASTRO=c247\\$m9144](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=101680&IDTIPO=60&RASTRO=c247$m9144)

Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2012/BOE-A-2012-14696-consolidado.pdf>

Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2017/BOE-A-2017-12659-consolidado.pdf>

Real Decreto 1718/1995, de 27 de octubre, por el que se regula el etiquetado de los materiales utilizados en los componentes principales del calzado.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/1996/BOE-A-1996-2860-consolidado.pdf>

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/1991/BOE-A-1991-628-consolidado.pdf>

Real Decreto 293/2018, de 18 de mayo, sobre reducción del consumo de bolsas de plástico y por el que se crea el Registro de Productores.

Página web de Comercio de la CARM.

[http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=839&IDTIPO=140&RASTRO=c818\\$m](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=839&IDTIPO=140&RASTRO=c818$m)