

Plan de Inspección de Consumo 2026

Programa de inspección y control general de Promoción de Ventas



PROGRAMA DE INSPECCIÓN Y CONTROL DE PROMOCIÓN DE VENTAS 2026

Introducción y justificación

El presente programa tiene como objetivo controlar las diferentes actividades de promoción de ventas, al tratarse de actividades que utilizan los comerciantes para atraer a las personas consumidoras a fin de aumentar las ventas de los productos que comercializan.

Esta campaña es de carácter continuo y se realiza cada año.

Objetivos del programa

Objetivo general: Garantizar la protección de los derechos de las personas consumidoras velando porque se cumpla la normativa de aplicación en este tipo de ventas.

Objetivos específicos: Se plantean, entre otros, los siguientes objetivos concretos:

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones legales relativas a la información previa y derecho de información en general que tienen reconocido las personas consumidoras.
- El respeto de los derechos económicos de las personas consumidoras, en cuanto a las condiciones de compra y contratación.
- La garantía de calidad de los productos que se ofrecen en este tipo de ventas.
- La correcta exhibición de precios de venta al público y la transparencia de las condiciones de venta.
- Detectar y prevenir prácticas abusivas o contrarias a la normativa de consumo.

Normativa aplicable

A los efectos del presente programa, se tendrá en cuenta la normativa vigente aplicable en la ciudad de Madrid, tanto a nivel europeo, estatal, autonómico y local:

Normativa general de defensa del consumidor

- **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, en adelante TRLGDCU.
- **Ley 11/1998**, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid, en adelante Ley 11/1998.
- **Decreto 1/2010**, de 14 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 11/1998.
- **Ordenanza de Consumo del Ayuntamiento de Madrid**, de 30 de marzo de 2011.
- **Ley 7/1996, de 15 de enero**, de Ordenación del Comercio Minorista.
- **Ley 16/1999, de 29 de abril**, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- **Decreto 130/2002, de 18 de Julio**, que desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- **Ley 2/2012, de 12 de junio**, de Dinamización de la Actividad Comercial en la Comunidad de Madrid.

Cualquier modificación normativa vigente en las fechas de actuación (2026-2027) será tenida en cuenta e incorporada al programa en su fase de ejecución.

Ámbito Territorial

El presente programa de inspección se desarrollará en el término municipal de Madrid, abarcando por tanto todos los distritos de la Ciudad de Madrid. Las actuaciones inspectoras se dirigirán a establecimientos no incluidos en otros programas.

Calendario y Fases del Programa

El programa prevé varias fases de actuación, a desarrollar durante el año 2026.

Así mismo cualquier cambio en los datos del local, como por ejemplo tipo de actividad que desarrolla, cambio de titular, situación del local, y cualquier otro susceptible de modificación por parte de la inspección, convendría dejarlo registrado con objeto de que el censo de locales y actividades fuera lo más ajustado posible a la realidad.

Fase I: Primera visita. Los inspectores técnicos de calidad y consumo se presentarán en el establecimiento identificándose adecuadamente, y efectuarán las comprobaciones conforme al protocolo y ficha de inspección establecidos (ver metodología e ítems de control en apartados posteriores). Se revisarán los aspectos documentales. **Se levantará acta detallándose las deficiencias detectadas, requiriendo su subsanación en un periodo de 15 días.**

Fase II: Visita de comprobación. Pasado el plazo otorgado en la fase anterior, se presentarán en el establecimiento para comprobar si se han subsanado las deficiencias. Se dejará reflejado en el acta de inspección aquellas deficiencias que aun subsistan.

Fase III: Evaluación de resultados. Finalizada la fase II, el Servicio de Inspección de Consumo del Instituto Municipal de Consumo consolidará todos los datos obtenidos para elaborar un informe final del programa. En dicho informe se plasmarán los resultados estadísticos (porcentaje de establecimientos con incumplimientos, tipo de infracciones más comunes, etc.).

Actuaciones Previas

Para garantizar la homogeneidad, trazabilidad y eficacia de las actuaciones inspectoras, el programa se llevará a cabo siguiendo una metodología común establecida previamente:

Protocolo de inspección unificado: Se ha diseñado un protocolo de intervención que servirá de guía a los inspectores durante la ejecución del programa. Este protocolo contempla las etapas y pautas a seguir en cada visita de inspección.

Establecimiento de criterios uniformes: Antes de iniciar las visitas, todos los inspectores con responsabilidades en este programa de control analizarán el presente protocolo de actuación y plantearán cuantas dudas puedan surgir. Si fuera necesario, se emitirán criterios para la unificación de criterios de interpretación de la normativa con la finalidad de garantizar la homogeneidad en las actuaciones y en las eventuales propuestas de sanción.

Desarrollo de las Actuaciones Inspectoras

Durante cada inspección se revisarán una serie de bloques temáticos que agrupan los ítems de control que figuran en la ficha de inspección.

En la cumplimentación de actas se estará a lo establecido en el artículo 37 de la Ley 11/1998 y en el Procedimiento General de Inspección de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, de 11 de julio de 2013. En todo caso, se recogerá en ellas, de forma

pormenorizada, los hechos apreciados y circunstancias que concurran. Eventualmente, podrán acompañar al acta fotografías o documentación de interés.

A continuación, se presenta la ficha de control estructurada con todos los ítems que serán verificados durante las inspecciones, agrupados por módulos temáticos. Para cada ítem se indica, cuando procede, la obligación legal correspondiente, la base jurídica de dicha obligación, el hecho cuya constatación supondría infracción (hecho sancionable), así como la base legal de la infracción tipificada, su calificación (leve, grave) y la base legal de dicha calificación en la normativa vigente.

CONTROL DE VENTA EN REBAJAS

1. Se exhiben las fechas elegidas de las rebajas en lugar visible al público incluso cuando se halla cerrado el establecimiento.

Obligación: El establecimiento que anuncia rebajas tiene la obligación de exhibir las fechas de inicio y fin, de forma que la persona consumidora pueda estar informada.

Base legal de la obligación:

- Art. 19 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Art. 34 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Artículo 41.2 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: Incumplimiento del deber de anunciar las fechas de las rebajas, o bien no anunciarlas de forma visible o no anunciarlas cuando el establecimiento está cerrado.

Base legal para la sanción: Artículos 50.6 y 50.12 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid en relación con el artículo 19.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y en concordancia con el artículo 34.1 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid y artículo 41.2 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

2. Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el escaparate.

Obligación: Cuando se exhiben artículos rebajados en el escaparate del establecimiento debe figurar tanto el precio anterior como el rebajado. Se entiende por precio anterior, el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes al inicio de la rebaja.

Base legal de la obligación:

- Artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Art. 34 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Artículo 42.3 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: No indicar el precio anterior y rebajado de los artículos expuestos a la venta en el escaparate del local.

Base legal para la sanción: Artículo 47 f) del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias en relación con el artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y en concordancia con el artículo 42.3 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid y artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Base legal de la calificación: LEVE. Las infracciones se calificarán, en principio, conforme al artículo 48.2 a) TRLGDCU [leves] pudiendo aumentar o reducir su calificación de conformidad con los apartados 3 y 4 del citado artículo 48.

3. Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el interior del establecimiento.

Obligación: Cuando se exhiben artículos rebajados en el interior del establecimiento debe figurar tanto el precio anterior como el rebajado.

Base legal de la obligación:

- Artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Art. 34 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

- Artículo 42.3 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: No indicar el precio anterior y rebajado de los artículos expuestos a la venta en el interior del local.

Base legal para la sanción: Artículo 47 f) del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias en relación con el artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y en concordancia con el artículo 42.3 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid y artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Base legal de la calificación: LEVE. Las infracciones se calificarán, en principio, conforme al artículo 48.2 a) del TRLGDCU [leves] pudiendo aumentar o reducir su calificación de conformidad con los apartados 3 y 4 del citado artículo 48.

Esta pregunta es de control a efectos de evaluación.

4. El precio anterior es siempre correcto

Obligación: Para que el precio anterior sea el correcto, debe ser el menor precio que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes al inicio de la rebaja.

Base legal de la obligación:

- Artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Hecho sancionable: No indicar correctamente el menor precio que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes al inicio de la rebaja.

Base legal para la sanción: Artículo 50.3 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid en relación con los artículos 13.1 y 17.1 de la misma disposición normativa y en concordancia con el artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

5. Si los artículos rebajados son menos de la mitad de los puestos a la venta, las rebajas se anuncian referidas exclusivamente a los artículos rebajados.

Obligación: Si el establecimiento rebaja artículos, pero estos son menos de la mitad del total de los productos que se comercializan en el local, el anuncio de los rebajados debe referirse exclusivamente a estos de forma clara, a fin de no inducir a error a las personas consumidoras.

Base legal de la obligación:

- Artículo 19 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Artículo 42.1 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: Incumplimiento de anunciar exclusivamente los artículos rebajados siendo estos menos de la mitad de los puestos a la venta.

Base legal para la sanción: Artículos 50.6 y 50.12 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid en relación con el artículo 42.1 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

6. Si las rebajas no afectan a la totalidad de los productos, los que están rebajados están totalmente identificados.

Obligación: En el caso 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.

Base legal de la obligación:

- Artículo 21 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Art. 34.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- artículo 42.2 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: Los productos rebajados no están totalmente identificados induciendo a error al no estar suficientemente separados.

Base legal para la sanción: Artículos 50.6 y 50.12 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid en relación con el artículo 34.2 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid y artículo 42.2 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

7. Los artículos rebajados están en perfectas condiciones y no deteriorados.

Obligación: Los artículos rebajados que se pongan a la venta, en ningún caso pueden estar deteriorados, deben estar en perfectas condiciones.

Base legal de la obligación:

- Artículo 26.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- artículo 40.2 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: Ofertar como rebajados artículos deteriorados.

Base legal para la sanción: Artículos 50.6 y 50.12 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid en relación con el artículo 26.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y en concordancia con el artículo 40.2 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

8. Ausencia de irregularidades en esta ficha.

Esta pregunta es de control a efectos de evaluación.

(2-REBAJAS) CONTROL REBAJAS

(2-REBAJAS-C) CONTROL REBAJAS-COMPROBACIÓN

REBAJAS	SI	NO	NA
01 Se exhiben las fechas elegidas de las rebajas en lugar visible al público incluso cuando se halla cerrado el establecimiento	☐	☐	
02 Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el escaparate	☐	☐	☐
03 Se exhiben los precios anterior y rebajado de los artículos rebajados que se exhiben en el interior del establecimiento.	☐	☐	
04 Se realiza la comprobación del precio anterior	☐	☐	
05 El precio anterior es siempre correcto	☐	☐	☐
06 Si los artículos rebajados son menos de la mitad de los puestos a la venta, las rebajas se anuncian referidas exclusivamente a los artículos rebajados.	☐	☐	☐
07 Si las rebajas no afectan a la totalidad de los productos, los que están rebajados están totalmente identificados	☐	☐	☐
08 Los artículos rebajados están en perfectas condiciones (no deteriorados).	☐	☐	
09 Ausencia de irregularidades en esta ficha	☐	☐	

OFERTAS

1. Figura con claridad la información sobre el producto objeto de la promoción u oferta de forma visible al público

Obligación: Si se realizan ofertas o promociones sobre productos debe quedar claro al público cuales son los productos ofertados.

Base legal de la obligación:

- Art. 32 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Art 37 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: No informar claramente de los productos ofertados o promocionados.

Base legal para la sanción: Art. 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 32. De la Ley 16/1999 y el art. 37 del Decreto 130/2002

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

2. Figura con claridad la información sobre las condiciones de venta de forma visible al público.

Obligación: Cuando se oferten o promocionen productos la normativa exige que se informe con claridad de las condiciones de venta y estas estén visibles al público.

Base legal de la obligación:

- Art. 32 de la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Art 37 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: No figura con claridad la información sobre las condiciones de venta o estas no figuran de forma visible al público.

Base legal para la sanción: Art. 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 32. De la Ley 16/1999 y el art. 37 del Decreto 130/2002

Base legal de la calificación: LEVE. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

3. Figura con claridad la información sobre el período de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público.

Obligación: En las ofertas o promociones que se realicen debe figurar claramente el período de vigencia y debe estar de forma visible al público.

Base legal de la obligación:

- Art. 19 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Art 37 del Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: No figura de forma clara la información sobre el período de vigencia de la promoción u oferta o no está visible al público.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 19.1 Ley 7/1996

Base legal de la calificación: LEVE. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

4. Ausencia de ofertas conjuntas de productos

Obligación: Está prohibido ofrecer conjuntamente y como una unidad de contratación dos o más clases o unidades de artículos excepto en los casos admitidos por ley.

Base legal de la obligación:

- Art. 34 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Hecho sancionable: Realizar ofertas conjuntas de artículos en los casos en que la ley no lo permite.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 27.3 y 34 Ley 7/1996

Base legal de la calificación: LEVE. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

5. Si la oferta conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto al precio reducido.

Obligación: 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.

Base legal de la obligación:

- Art. 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid

Hecho sancionable: No figura en el producto ofertado el precio anterior junto al precio reducido.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 34.3 de la Ley 16/1999 + art. 20.1 Ley 7/1996 (30 días precedentes) y artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid

Base legal de la calificación: LEVE. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

6. Se realiza la comprobación del precio anterior.

Esta pregunta es de control a efectos de evaluación.

7. El precio anterior es siempre correcto.

Obligación: Para que el precio anterior sea el correcto, debe ser el menor precio que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes al inicio de la rebaja.

Base legal de la obligación:

- Artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Hecho sancionable: No indicar correctamente el menor precio que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes al inicio de la rebaja.

Base legal para la sanción: Artículo 50.3 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid en relación con los artículos 13.1 y 17.1 de la misma disposición normativa y en concordancia con el artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

8. Dispone de existencia de los artículos ofertados.

Obligación: Se va a comprobar si se cumple con la exigencia de disponer de existencias suficientes para satisfacer la demanda de artículos durante el periodo de vigencia de la promoción que está contenida en el artículo 32 de la Ley 16/1999 y el artículo 37 del Decreto 130/2002: En la cuestión recogida en la ficha se ha eliminado el calificativo de suficiente porque es interpretativo y puede dar lugar a problemas, ya que aunque para la inspección esa suficiencia dependerá del tipo del producto y de la demanda previsible del mismo, por lo que habrá situaciones en los que la demanda estará satisfecha con un único ejemplar del producto mientras que en otros con miles de ejemplares resultaría insuficiente, lo cierto es que cualquier argumentación será discutida por los inspeccionados mientras haya existencias, sólo resulta indiscutible si no hay existencias.

Como a pesar de que el comerciante actúe correctamente, y disponga de existencias más o menos suficiente, puede darse el caso de agotarse las mismas, el consumidor debe poder satisfacer sus demandas y para ello el artículo 37 del Decreto 130/2002 en su punto 2 indica que:

"d) Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta, para lo cual la empresa promotoradora dispondrá de un número de productos razonablemente superior a lo que habitualmente vende cuando éstos no están en promoción.

Si llegan a agotarse durante la promoción las existencias de alguno de los productos ofertados, el comerciante podrá prever el compromiso de la reserva del producto seleccionado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el comprador no estuviese conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de la reserva sin que el comerciante hubiese podido atender la demanda, el producto solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características, al mismo precio."

Base legal de la obligación:

- Artículo 32.2 c) y 32.3 de la Ley 16/1999.
- Artículo 37.1 del Decreto 130/2002.

Hecho sancionable: No disponer de existencias para hacer frente a la oferta, sin prever el comerciante el compromiso de reserva del producto o su sustitución por otro de similares características y precio

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 en relación con art. 32.2 c) y 32.3 de la Ley 16/1999.

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

9. Figura con claridad y en lugar perfectamente visible para el público la información del art. 37 del Decreto 130/ 2002.

Obligación: *"La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberá figurar con claridad:*

- a) *El producto o productos objeto de promoción.*
- b) *Las condiciones de venta.*
- c) *El período de vigencia de la promoción.*
- d) *Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta, para lo cual la empresa promotoradora dispondrá de un número de productos razonablemente superior a lo que habitualmente vende cuando éstos no están en promoción.*

Si llegan a agotarse durante la promoción las existencias de alguno de los productos ofertados, el comerciante podrá prever el compromiso de la reserva del producto seleccionado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el comprador no estuviese conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de la reserva sin que el comerciante hubiese podido atender la demanda, el producto solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características, al mismo precio.

2. En el establecimiento en el que se desarrollan las ventas de promoción, deberá figurar la información del apartado anterior, con total claridad y ubicado en sitio perfectamente visible para el público."

Base legal de la obligación:

- artículo 37.1 del Decreto 130/2002
- art. 32.2 c) y 32.3 de la Ley 16/1999

Hecho sancionable: No figura con total claridad y ubicado en sitio perfectamente visible para el público, la información con: el producto objeto de la promoción, las condiciones de venta, el periodo de vigencia y disponer de existencias suficientes para satisfacer la oferta.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 en relación con art. 32.2 c) y 32.3 de la Ley 16/1999 y el artículo 37.1 del D 130/2002.

Base legal de la calificación: LEVE conforme al artículo 52.2 Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid. En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

10.Ausencia de irregularidades en esta ficha.

Esta pregunta es de control a efectos de evaluación.

**(2-OFERTAS) CONTROL OFERTAS
(2-OFERTAS-C) CONTROL OFERTAS-COMPROBACIÓN**

OFERTAS	SI	NO	NA
01 Figura con claridad la información sobre el producto objeto de la promoción u oferta de forma visible al público	☐	☐	☐
02 Figura con claridad la información sobre las condiciones de venta de forma visible al público	☐	☐	☐
03 Figura con claridad la información sobre el periodo de vigencia de la promoción u oferta de forma visible al público	☐	☐	☐
04 Ausencia de ofertas conjuntas de productos	☐	☐	☐
05 Si la oferta conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	☐	☐	☐
06 Se realiza la comprobación del precio anterior	☐	☐	☐
07 El precio anterior es siempre correcto	☐	☐	☐
08 Disponen de existencias de los artículos ofertados.	☐	☐	☐
09 Figura con claridad y en lugar perfectamente visible para el público la información del artículo	☐	☐	☐
10 Ausencia de irregularidades en esta ficha	☐	☐	☐

CONTROL DE VENTA EN LIQUIDACIÓN

1. Se anuncia la liquidación.

Esta pregunta es de control a efectos de evaluación.

2. La actividad que anuncia con la denominación de liquidación u otra equivalente se corresponde con la que realmente realiza.

Obligación: Las denominaciones incluidas en ventas en promoción únicamente podrán emplearse para anunciar las ventas que se ajusten a la regulación respectivamente establecida en la Ley, quedando expresamente prohibida la utilización de las citadas denominaciones u otras similares para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal.

La utilización de las denominaciones antes señaladas que no se ajuste a la regulación respectivamente establecida para cada una de las actividades de promoción de ventas en esta Ley, se reputará desleal cuando concurren las circunstancias previstas en el artículo 5 de la Ley de Competencia Desleal.

Base legal de la obligación:

- Artículo 18.2 y 18.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y artículo 5 de la Ley de competencia Desleal.

Hecho sancionable: La denominación de la actividad de liquidación anunciada no se corresponde con la que realiza.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con los Artículos 18.2, 18.3 y 68.i de la ley 7/96 de Ordenación del comercio minorista.

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

3. Si la liquidación conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido

Obligación: 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.

Base legal de la obligación:

- Artículo 20.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Artículo 14.4 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

Hecho sancionable: No se exhibe junto al precio anterior junto con el precio reducido del producto.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 14.4 de la Ley 11/1998 + art. 20.1 Ley 7/1996 (30 días precedentes).

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

4. Los anuncios de liquidación indican la causa

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

Base legal de la obligación:

- Apartado 4 de los artículos 30 de la Ley 7/1996 y 43 del Decreto 130/2002.

Hecho sancionable: Anunciar liquidación sin indicar causa o no ajustarse a las autorizadas.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con los Art. 35.a, 35.b y 35.c de la Ley 16/1999 y 30.4 de la Ley 7/1996.

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

5. Figura con claridad la información sobre el período de vigencia de la venta en liquidación de forma visible al público

Obligación: En los anuncios de las ventas en liquidación deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

Base legal de la obligación:

- Artículo 19 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y art. 34 de la Ley 16/1999.

Hecho sancionable: No indicar el período de vigencia de la promoción.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 de la Ley 11/1998 en relación con el art. 19.1 Ley 7/1996.

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

6. La duración de la liquidación es como máximo de un año en caso de cesación total de la actividad

Obligación: La duración máxima de la venta en liquidación será de un año.

Base legal de la obligación:

- Artículo art. 31 de la Ley 7/1996.
- art. 45.1 del Decreto 130/2002.

Hecho sancionable: La duración máxima de la venta en liquidación es superior a tres meses o a un año (en caso de cierre total).

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 Ley 11/1998 en relación con el art. 45.1 del Decreto 130/2002.

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

7. En caso de no ser una cesación total de la actividad, la duración de la liquidación es como máximo de tres meses

Obligación: La duración máxima de la venta en liquidación será de tres meses, salvo en el caso de cesación total de la actividad, que será de un año.

Base legal de la obligación:

- Artículo art. 31 de la Ley 7/1996
- art. 45.1 del Decreto 130/2002

Hecho sancionable: La duración de la venta en liquidación es mayor de tres meses y no cesa la actividad total.

Base legal para la sanción: 50.1 y 50.6 Ley 11/1998 en relación con el art. 45.1 del Decreto 130/2002.

Base legal de la calificación: En todo caso, la calificación de infracción se considerará leve si no concurre ninguno de los criterios recogidos en el artículo 52.1 LPCCM y grave si concurre un criterio.

8. Ausencia de irregularidades en esta ficha

Esta pregunta es de control a efectos de evaluación.

**(2-LIQUID.) CONTROL DE LIQUIDACIONES
(2-LIQUID. -C) CONTROL DE LIQUIDACIONES-COMPROBACIÓN**

LIQUIDACIONES	SI	NO	NA
01 ¿Se anuncia liquidación?	☐	☐	☐
02 La actividad que anuncia con la denominación de liquidación u otra equivalente se corresponde con la que realmente realiza	☐	☐	☐
03 Si la liquidación conlleva una reducción de precio de los artículos, figura el precio anterior junto con el precio reducido	☐	☐	☐
04 Los anuncios de liquidación indican la causa	☐	☐	☐
05 Figura con claridad la información sobre el período de vigencia de la venta en liquidación de forma visible al público	☐	☐	☐
06 La duración de la liquidación es como máximo de un año en caso de cesación total de la actividad	☐	☐	☐
07 En caso de no ser una cesación total de la actividad, la duración de la liquidación es como máximo de tres meses	☐	☐	☐
08 Ausencia de irregularidades en esta ficha	☐	☐	☐