

Manual para Comerciantes



Este manual recoge los **principales aspectos que debe conocer** el titular de un establecimiento comercial en el desarrollo de su actividad de comercio minorista.

Ha sido elaborado en marco del Convenio de Colaboración entre el Gobierno de Cantabria, a través de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio y la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Cantabria para la formación, información y el asesoramiento empresarial por los técnicos de la Cámara.

Los aspectos considerados son aquellos que con mayor frecuencia se consultan en la Oficina de Atención del Comercio Minorista y que tienen que ver con los siguientes asuntos:





[HOJAS DE RECLAMACIONES](#)



[RESERVA DEL DERECHO DE ADMISIÓN](#)



[APERTURA Y HORARIOS](#)



[PRECIOS](#)



[PUBLICIDAD](#)



[CONSTANCIA DOCUMENTAL DE LA VENTA](#)



[DEVOLUCIONES](#)



[ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS: REBAJAS, SALDOS,](#)

[LIQUIDACIONES](#)



[VENTAS A DISTANCIA](#)



[LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA](#)



[TAX-FREE](#)

[INFRACCIONES](#)

[REFERENCIAS](#)





Hojas de reclamaciones

La Ley de Cantabria 1/2006, de 7 de marzo, de Defensa de los Consumidores y Usuarios, en el artículo 40 indica que todos los establecimientos ya sean de titularidad pública o privada, en los que se realicen actividades de comercialización de bienes o de prestación de servicios deberán tener hojas de reclamaciones a disposición de los clientes que las soliciten, las hojas de reclamaciones deberán encontrarse anunciadas en los establecimientos mediante carteles colocados al efecto en sitio claramente visible al público.

<https://www.boe.es/boe/dias/2006/03/31/pdfs/A12586-12602.pdf>

Las hojas de reclamaciones pueden adquirirse en la Cámara de Comercio de Cantabria.



Reserva del derecho de admisión

“Facultad por la que el titular de un establecimiento abierto al público se reserva la decisión de denegar la entrada a este” definición del diccionario de la Real Academia Española para el derecho de admisión.

Esta reserva se tiene que realizar dentro de los límites establecidos en la normativa, recogido en el artículo 59 1.e) del Real Decreto 2816/1982 de 27 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/1982/BOE-A-1982-28915-consolidado.pdf>

Aunque pudiera entenderse que esta regulación se refiere únicamente a un tipo de actividades, cabría extenderla a cualquier actividad abierta al público.

Como norma general, la reserva del derecho de admisión debe ejercitarse con respecto a la dignidad de las personas y mediante la aplicación de un Principio de igualdad, es decir, sin que podamos aplicar restricción alguna en el acceso por razones de nacimiento, raza, sexo, religión....

Evidentemente habrá actividades que estén limitadas por norma legal, a determinadas edades y, desde luego, el acceso en condiciones objetivamente no permisibles, embriaguez, violencia etc., se puede limitar sin restricción alguna.

El establecimiento de normas limitativas de acceso debe realizarse con publicidad, de tal forma que los destinatarios conozcan a priori dichas normas, que, en este caso, deberán exponerse en un lugar visible.

Estas normas no pueden aplicarse con arbitrariedad, pues cualquier limitación discriminatoria o que se aplique con exceso podrá ser objeto de de queja a través de las correspondientes Hojas de reclamaciones.

La Ley de Cantabria 1/2006, de 7 de marzo, de Defensa de los Consumidores y Usuarios, en el punto o) del artículo 10 indica que deberán exponerse en lugar visible el derecho de admisión en aquellos supuestos en los que el mismo hubiera sido reservado. En dicho cartel, obligatoriamente, habrán de relacionarse de forma clara, concreta y sencilla las condiciones exigidas para acceder a la distribución y venta de bienes o a la prestación de servicios, que en ningún caso podrán resultar discriminatorias, arbitrarias o incongruentes con la naturaleza y actividad desarrollada en el establecimiento.

<https://www.boe.es/boe/dias/2006/03/31/pdfs/A12586-12602.pdf>

Abierto

Aperturas y horarios

La regulación de las aperturas para los establecimientos comerciales ha sido objeto de numerosos cambios a lo largo de los años.

El horario global en que los establecimientos comerciales podrán abrir al público durante el conjunto de días laborables de la semana será, como máximo, de noventa horas.

El horario de apertura y cierre es decidido libremente por cada comerciante, respetando siempre el límite máximo del horario global y sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral y en los convenios colectivos aplicables.**

Hay 10 domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público que son publicados en el Boletín Oficial de Cantabria con carácter previo y que se pueden consultar en el enlace http://www.camaracantabria.com/comercio_interior/calendario_comercial.php . El horario de apertura será determinado libremente por el comerciante.

Los establecimientos comerciales deberán exponer en lugar visible al público el calendario de días laborables y el horario de apertura y cierre.



A la norma general, se contrapone la excepción de los comercios con libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público, por la naturaleza de su actividad, su localización o tamaño:

- a) Los establecimientos dedicados principalmente a la venta de productos de panadería, pastelería y repostería, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, flores y plantas y productos culturales, entendiéndose como tales los libros, soportes musicales, videos, obras de arte, antigüedades, sellos y recuerdos de artesanía popular.
- b) Los establecimientos instalados en puntos fronterizos, en estaciones y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo y en ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURISTICA. El listado de ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURISTICA lo puede consultar en http://www.camaracantabria.com/comercio_interior/zonas_gran_afluencia_turistica.php
- c) Las denominadas tiendas de conveniencia, entendiéndose por tales aquellas que con una superficie útil para la exposición y venta al público útil no superior a 500 m², permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta de manera similar entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, videos, juguetes, regalos y artículos varios.
- d) Los establecimientos de venta de reducida dimensión distintos de los anteriores que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a 300m², excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña o mediana empresa según legislación vigente. (artículo 15 Ley 1/2002 de 26 de febrero de Comercio de Cantabria). <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-6232-consolidado.pdf>



Precios

El precio de venta debe estar indicado en todos los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores.

El precio por unidad de medida se indicará en todos los productos que deban llevar una indicación de la cantidad a cuya magnitud deberán referirse (precio por kg en determinados establecimientos) o en los productos comercializados por unidades o piezas, usándose en este caso el uno como referencia de la unidad. (Artículos 3.1, 3.2 del 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/boe/dias/2000/12/28/pdfs/A46319-46321.pdf>

El 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> establece la obligación con carácter general para los establecimientos de venta al público de exponer de forma visible los precios en los artículos en venta. Este precio deberá comprender la cantidad total que el comprador esté obligado a satisfacer y deberán exhibirse mediante etiquetas fijadas sobre cada artículo.

El comprador estará en condiciones de conocer el precio de los artículos expuestos en el escaparate sin necesidad de entrar en el establecimiento comercial y de conocer el precio de los artículos expuestos en armarios o estanterías del interior sin precisar aclaración alguna al respecto por parte del vendedor.

En aquellos casos en los que no sea posible la fijación de la etiqueta, el precio de venta al público deberá exhibirse de tal modo que su conocimiento sea fácil para el comprador sin que necesite realizar ningún esfuerzo para su comprobación.



Publicidad

La publicidad que haga el comerciante respecto de su establecimiento, producto, servicio o marca, debe ser cierta y veraz.

La información o publicidad que se hace un producto o servicio es exigible después por el consumidor, formando parte del contenido contractual independientemente de que el contrato este documentado o no. En el caso de contrato documentado, si éste contiene cláusulas más beneficiosas para el consumidor, éstas prevalecen sobre el contenido de la publicidad.

El contenido de la información o publicidad obliga de manera contractual, el hecho de que el producto o servicio ofertado no responda a lo que se ha dicho de él supone un incumplimiento contractual y el consumidor podría reclamar en este caso.





Constancia Documental de la Venta

Se deberá entregar factura al consumidor que la solicite para el ejercicio de cualquier derecho de naturaleza tributaria, y en aquellos casos en que la entrega total o parcial de productos sea diferida a un momento posterior a la estipulación del contrato.

En los demás casos, en las ventas al por menor y prestación de determinados servicios por importe no superior a 3000 euros (IVA incluido), es suficiente con la entrega de un ticket/factura simplificada en el que conste la siguiente información:

- Número y en su caso, serie. La numeración de los tickets dentro de cada serie será correlativa.
- La fecha de expedición
- NIF, nombre y apellidos, razón o denominación social completa
- Identificación del tipo de bienes entregados o servicios prestados
- Tipo impositivo aplicado, y opcionalmente, la expresión “IVA incluido”
- Contraprestación total



Devoluciones

Los establecimientos no están obligados a cambiar el producto ni a devolver el dinero, aunque es el titular del establecimiento, en virtud de su política, el que decide si se admiten o no devoluciones, así como la forma de devolución en los supuestos en los que el producto se encuentra en perfecto estado.

En el caso de **productos defectuosos**, la situación cambia, en este caso será el comercio el que se verá obligado a repararlo en primer lugar, y si la reparación no fuera posible, a sustituirlo por un producto de las mismas características. Si no fuera posible la sustitución, el comercio está obligado a devolver el dinero.

Si el establecimiento dispone de carteles anunciando la posibilidad de cambio o devolución o lo incorpora en la factura simplificada, el cliente puede exigir el cambio o la devolución, en el resto de los supuestos no. Los titulares de los establecimientos determinarán las condiciones para la devolución: plazos, si la devolución se realiza en metálico o a través de vales, si se permite que el envoltorio esté abierto o no, etc.

El establecimiento puede excluir la devolución de determinados productos como puede ser prendas de ropa interior, artículos de higiene, vestidos y complementos de fiesta, objetos que puedan ser reproducidos o copiados....



Actividades de promoción de ventas

Las actividades de promoción de ventas que realicen los comerciantes en CANTABRIA únicamente podrán emplear las denominaciones de:

- ✓ Rebajas
- ✓ Saldos
- ✓ Liquidación
- ✓ Descuento
- ✓ Obsequio

cuando se ajusten a la regulación establecida en la Ley 1/2002, de 26 de febrero del Comercio de Cantabria.

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-6232-consolidado.pdf>

En los anuncios de ventas habrá que indicarse la duración y reglas especiales aplicables a las mismas.

Rebajas

Rebajas

- 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 (Artículo 28 del Real Decreto-Ley 20/2012 de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad).
- Los artículos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual de ventas.
- Está prohibido ofertar como rebajados artículos deteriorados.
- Está prohibido simultanear las rebajas con otra actividad de promoción comercial, no se pueden simultanear en un mismo establecimiento comercial y para el mismo tipo de productos la venta en rebajas con cualquier otra actividad promocional.

→ SALDOS

- Se considera venta de saldos a la venta de productos o artículos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia. No cabe calificar como venta de saldos aquella en que los artículos no pertenecieran al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo, excepción hecha de los establecimientos dedicados específica y exclusivamente al referido sistema de venta.
- La venta de saldos deberá anunciarse necesariamente con esta denominación, cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos deberá hacerse constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible.

LIQUIDACIÓN

- Se considera venta en liquidación la de carácter excepcional y finalidad extintiva de determinadas existencias de artículos que anunciada con esta denominación o equivalente, tiene lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa o es llevada a cabo por el comerciante en alguno de los casos siguientes:
 - a) Cese total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial habrá que indicar 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 los artículos que no formaran parte de las existencias del establecimiento ni aquellos que fueran adquiridos con objeto de ser incluidos en la liquidación de la misma.
- Debe cesar la venta en liquidación si desaparece la causa o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma
- En los anuncios de ventas en liquidación habrá que indicar la causa.
- **Estas son las únicas ventas** en las que hay **deber de comunicación** a la Consejería con una antelación mínima de quince días *a través de impreso normalizado (pendiente de actualización) disponible en el siguiente enlace* http://www.camaracantabria.com/comercio_interior/rebajas.php

***Ventas en liquidación (art. 28 y 29). Duración máxima: 1 año**

- Cese total de la actividad
- Cese parcial de la actividad
- Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo
- Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

FECHA DE COMIENZO

FECHA DE TERMINACION

- Duración máxima de tres meses, excepto en el caso de CESE TOTAL de la actividad, que será de un año.



Descuento:

- Es venta con descuento la que consiste en ofrecer mediante cualquier procedimiento publicitario, incluidos los anuncios expuestos en el propio establecimiento, una reducción sobre el precio aplicado con anterioridad por un comerciante sobre un determinado producto o grupo de productos. Estos artículos no podrán estar deteriorados o ser de peor calidad que los comercializados con anterioridad.
- Requisitos:
 - Su finalidad deberá consistir en potenciar la venta de determinados productos o en el relanzamiento de un establecimiento que haya sido objeto de una importante remodelación física reciente, en este último caso se deberá acreditar aportando el oportuno proyecto técnico asociado a la remodelación a la Dirección General de Comercio.
 - Deberá especificar su duración, y en su caso las reglas especiales aplicables a la misma.
 - Deberá indicar los productos afectados, salvo cuando se desarrolle este tipo de promoción en un establecimiento remodelado y se encuentren incluidos en la misma al menos la mitad de los artículos puestos a la venta.



Obsequio

- Finalidad: Con la finalidad de promover las ventas, podrá ofertarse a los compradores otro producto o servicio gratuito o a precio especialmente reducido, ya sea en forma automática o mediante la participación en un sorteo o concurso. En el supuesto de sorteo, lo dispuesto en la Ley 1/2002, de 26 de febrero, del Comercio de Cantabria <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-6232-consolidado.pdf> será aplicable sin perjuicio de lo establecido en la legislación sectorial correspondiente. En todo caso, la comunicación a cualquier persona que haya resultado agraciada con un premio, deberá advertir que éste no se encuentra condicionado a la adquisición de determinados productos o servicios.
- Veracidad: La oferta debe ser veraz, se considera engañosa la oferta de productos con premio o regalo cuando el consumidor no reciba real y efectivamente lo que razonablemente cabría esperar de acuerdo con la oferta realizada.
- Entrega de obsequios: Los bienes o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo de tres meses, a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos. Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los correspondientes artículos, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los tres meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.



Ventas a distancia

- Son aquellas celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor que tengan dispuesto un sistema de contratación a distancia a través de las siguientes técnicas de comunicación a distancia: catálogo, impreso con o sin destinatario, carta normalizada, publicidad en prensa con cupón de pedido, teléfono, radio, televisión, visiófono (teléfono con imagen), video texto o fax (telecopia), artículo 5 del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero; siempre que su oferta y aceptación se realicen de manera exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.
- Obligación de comunicación: Aquellas empresas de ventas a distancia que tengan su domicilio social en Cantabria, deberán comunicar el inicio de su actividad a través de *impreso normalizado* en el plazo de tres meses al Registro de Ventas Especiales de la autoridad competente en materia de comercio, que en el caso de Cantabria es la Dirección General de Comercio.
- Las empresas que realizan las ventas exclusivamente on-line (comercio electrónico), están sujetas a la ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, <http://www.lssi.gob.es/paginas/Index.aspx>, y en este caso, la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia tiene carácter voluntario, <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-interior/Registros/Empresas-de-ventas-a-distancia/PDF/Nota%20sobre%20la%20inscrpicipi%C3%B3n%20en%20el%20Registro%20de%20Venta%20a%20Distancia.pdf>



La actividad comercial en régimen de franquicia

La actividad comercial en régimen de franquicia es la que se lleva a efecto en virtud de un contrato o acuerdo por el que una empresa, denominada franquiciadora, cede a otra, denominada franquiciada, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios.

Las empresas que teniendo su domicilio en Cantabria, realicen con el carácter de franquiciadoras, la actividad comercial de franquicia, deberán comunicar en el plazo de tres meses a la Consejería competente en materia de comercio a los efectos de su inscripción en el correspondiente Registro de empresas franquiciadoras a través de modelo normalizado que pueden descargar en el siguiente enlace http://www.camaracantabria.com/comercio_interior/Comunicacion_Registro_Franquiciadores.doc





TAX-FREE

- El tax free es el derecho que tienen ciertos turistas que consiste en la devolución del IVA de sus compras tras cumplir 3 requisitos, este derecho es válido solo para personas no para empresas.
- Requisitos:
 - a) Tienen derecho al tax free los residentes de **FUERA** de la Unión Europea¹ y los residentes en Andorra, Gibraltar, Ceuta, Melilla y Canarias. Hay que acreditar la residencia.
 - b) Realizar una compra superior a 90,15 euros. Existe la posibilidad de agrupar tickets de distintas compras en distintos días si son tickets del mismo mes natural y de la misma empresa vendedora (igual CIF). En caso de agrupamiento la fecha del tax free será la de la última compra realizada.
 - c) Salir de la Unión Europea antes de los tres meses más el mes en curso desde la fecha de la compra.

¹ Países de la Unión Europea: España, Portugal, Francia, Italia, Grecia, Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Alemania, Austria, Dinamarca, Suecia, Finlandia, Irlanda, Gran Bretaña, Lituania, Estonia, Polonia, Hungría, República Checa, República Eslovaca, Eslovenia, Chipre, Malta, Rumanía y Bulgaria.



- Los comercios que quieran ofrecer esta posibilidad a sus clientes lo pueden hacer de dos formas:

- a) Acogerse mediante contrato a alguna de las siguientes entidades colaboradoras autorizadas por la Agencia Tributaria

<https://www2.agenciatributaria.gob.es/es13/s/iafriafr05f>:

- i. Global Blue España S.A. (antes European Tax Free Shopping Spain S.A.) Resolución de 3 de junio de 1993, del Director General de la AEAT (BOE de 25 de junio de 1993)
- ii. Premier Tax Free (antes Cashback). Resolución de 15 de diciembre de 1994, de la Dirección General de la AEAT (BOE de 29 de diciembre de 1994)
- iii. Innova Tax Free Spain (antes Spain Refund S.L.). Resolución de 25 de febrero de 2003, de la Dirección General de la AEAT (BOE de 13 de marzo 2003)
- iv. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona. Resolución de 20 de febrero de 2008, de la Dirección General de la AEAT (BOE de 28 de febrero de 2008)
- v. Open Refund S.L. Resolución de 26 de julio de 2011, del Director del Departamento de Gestión Tributaria de la AEAT (BOE de 5 de agosto de 2011)
- vi. Tax Free World Wide Spain S.L. Resolución de 8 de marzo de 2012, del Departamento de Gestión Tributaria de la AEAT (BOE de 16 de marzo de 2012)
- vii. Comercia Global Payments Entidad de Pago S.L. Resolución de 22 de mayo de 2012, del Departamento de Gestión Tributaria de la AEAT (BOE de 31 de mayo de 2012)
- viii. Financiera El Corte Inglés, EFC, S.A. Resolución de 22 de junio de 2012, del Departamento de Gestión Tributaria de la AEAT (BOE de 3 de julio de 2012)
- ix. Travel Tax Free, S.L.U. Resolución de 25 de marzo de 2014, del Departamento de Gestión Tributaria de la AEAT (BOE de 4 de abril de 2014)



Los viajeros presentarán las facturas diligenciadas por la aduana a dichas entidades que abonarán el importe correspondiente (importe factura menos comisión), haciendo constar la conformidad del viajero.

b) Hacer los trámites por su cuenta, para lo que tendrán que seguir las siguientes instrucciones:

Pasos a seguir por el cliente que quiera recuperar el impuesto pagado en España:

- En el comercio en el que se haga compra, solicitar factura detallada y completa con el IVA desglosado.
- Antes de salir de España, o de cualquier otro estado miembro de la UE, deberá sellar esta factura en la Aduana de salida correspondiente indicando que es para solicitar la devolución del Impuesto pagado. Junto con la factura hay que presentar el pasaporte y las compras realizadas si así se lo exigen.
- Posteriormente, tendrá que enviar esta factura sellada al comercio donde realizó la compra, que le reembolsará el importe del impuesto abonado (No hay ninguna indicación sobre la manera de realizar este reembolso ya que es decisión de la empresa como realizarlos).

Pasos a seguir por la empresa vendedora:

- Hacer la factura completa y correcta desglosando el IVA
- Una vez la reciba del comprador sellada por la Administración, tendrá que reembolsar el importe del impuesto al cliente (cómo decida, con cheque, transferencia...)
- Para recuperar el importe de este impuesto la empresa deberá cumplimentar en Hacienda el modelo 308 de declaración-liquidación no periódica correspondiente al trimestre en que se hubiera efectuado el reembolso y presentarlo junto con la factura sellada y comprobante del pago del importe reembolsado.

Infracciones

En este apartado se recogen las infracciones relativas a los aspectos contemplados en este manual

LEVES	<ul style="list-style-type: none"> • La ausencia de hojas de reclamaciones
	<ul style="list-style-type: none"> • La ausencia de carteles informativos indicando la disponibilidad de hojas de reclamaciones
	<ul style="list-style-type: none"> • La negativa a entregar hojas de reclamaciones a los consumidores
	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de información relativa a los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales o no ponerlo en lugar visible
	<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento de la normativa vigente en materia de calidad y composición de bienes y servicios
	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de legalidad, transparencia y exposición pública y visible de los precios de los bienes o servicios ofertados
	<ul style="list-style-type: none"> • La no comunicación a la administración de las ventas en liquidación

GRAVES	<ul style="list-style-type: none">• La realización de actividades comerciales en horario superior al máximo
	<ul style="list-style-type: none">• La apertura del establecimiento comercial en domingo o festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales

En el caso de infracciones **leves** el órgano competente para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones será el Director General que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio que podrá dar lugar a sanción económica por importe comprendido entre 100 y 10.000 euros.

En el caso de infracciones **graves** el órgano competente para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones será el titular de la Consejería competente en materia de comercio que podrá dar lugar a sanción económica entre 10.000,01 y los 50.000 euros.



Referencias

- ✓ Ley de Cantabria 1/2002, de 26 de febrero, del Comercio de Cantabria
- ✓ Ley 7/2014, de 26 de diciembre de medidas fiscales y administrativas, artículo 16, Modificación de la Ley de Cantabria 1/2002, de 26 de febrero, del Comercio de Cantabria.
- ✓ Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad. Título V-Medidas de liberalización comercial y de fomento de la internacionalización empresarial.
- ✓ Real Decreto Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia. Capítulo II-Comercio minorista y unidad de mercado.
- ✓ Ley 10/2012, de 26 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas. Artículo 19-Modificación de la Ley de Cantabria 1/2002, de 26 de febrero, del Comercio de Cantabria.
- ✓ Orden INN/28/2012, de 26 de noviembre.
- ✓ 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.
- ✓ 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.
- ✓ Ley de Cantabria 1/2006, de 7 de marzo, de Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- ✓ Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del Comercio Minorista.

- ✓ Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.
- ✓ Guía útil del comercio-Cámara de Comercio de Madrid. COCEM-2013
- ✓ Guía de Consumo para el pequeño comercio-OMIC A Coruña
- ✓ Información de interés para el comerciante-Generalitat Valenciana
- ✓ Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- ✓ Real Decreto 225/20016, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de ventas a distancia.
- ✓ Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
- ✓ Nota sobre la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia en relación con las ventas realizadas on-line y por otros canales a distancia.

