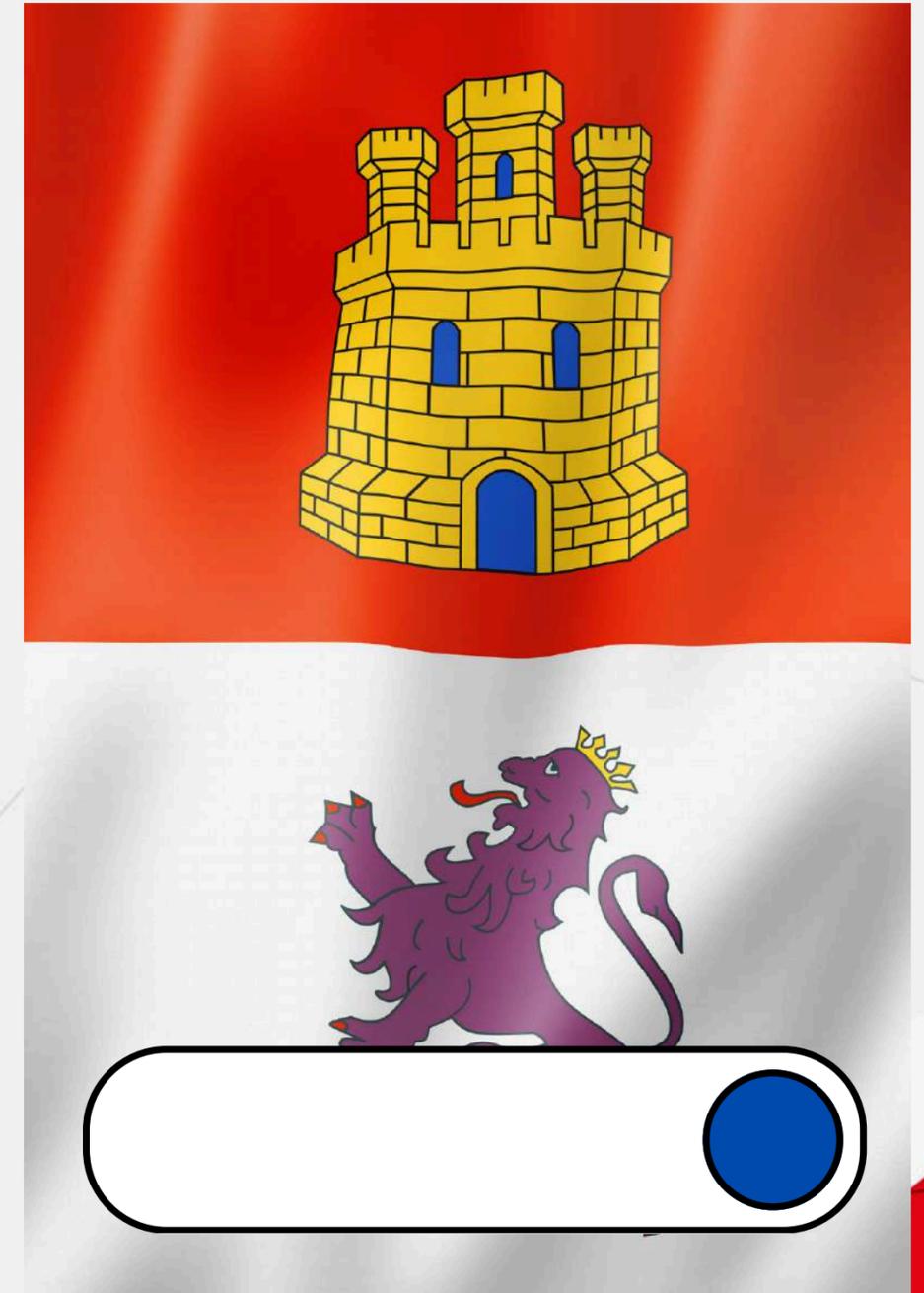


# Normativa de ordenación del comercio minorista en de Castilla y León

Comercios BigMat en la Comunidad Autónoma de Castilla y León



# ¡HOLA! SOY RAQUEL VICENTE-RUIZ

Un placer conocerte.



**Asesoría jurídica de Comercio y Consumo**



**Soporte legal de Postventa y Garantías  
para BigMat Iberia S.A.**



**Formación y Auditorías**



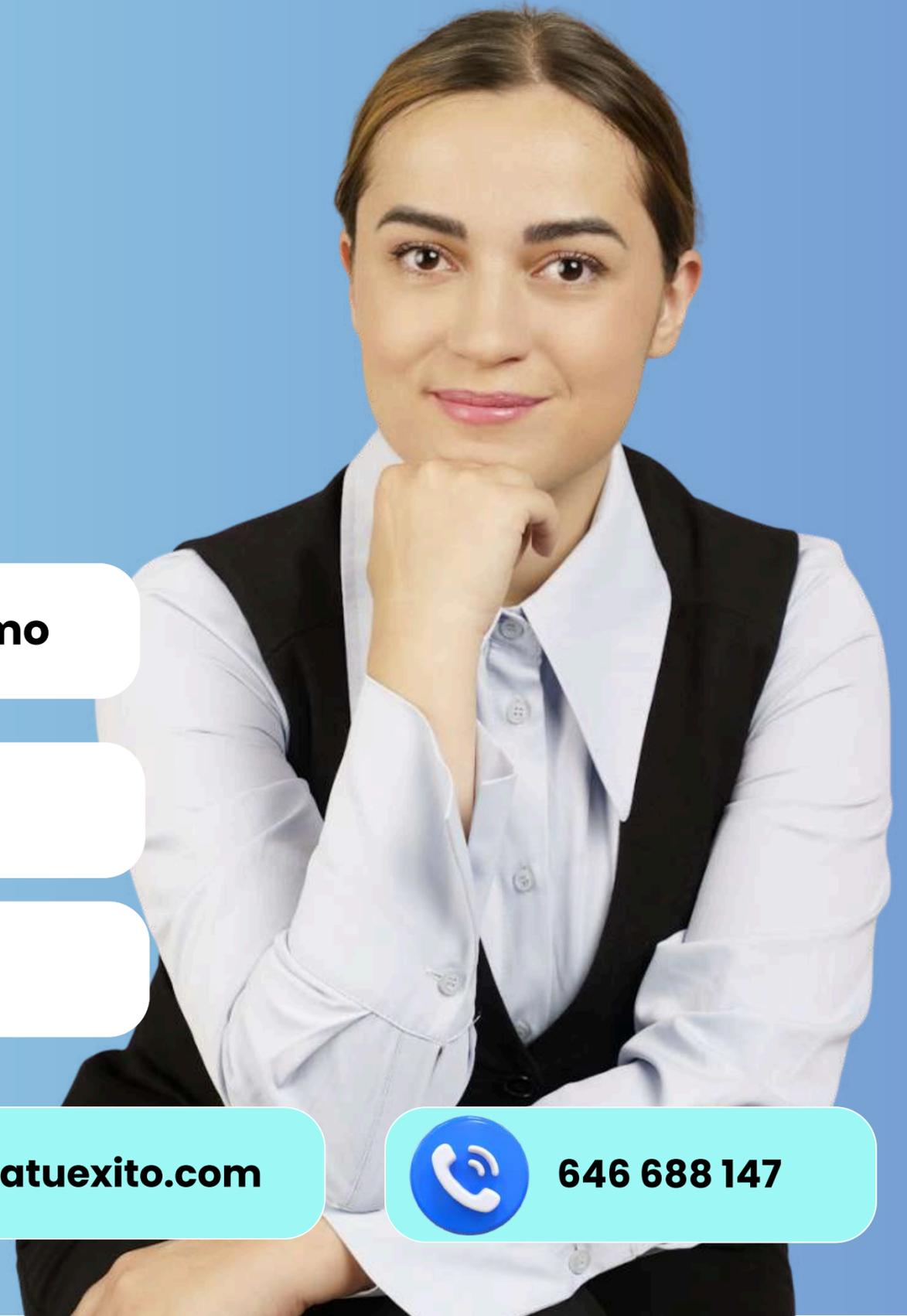
[accionarteparatuexito.com](http://accionarteparatuexito.com)



[raquel@accionarteparatuexito.com](mailto:raquel@accionarteparatuexito.com)



646 688 147



# Características



100% subvencionado por FUNDAE



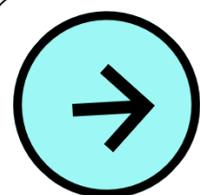
Duración 4h



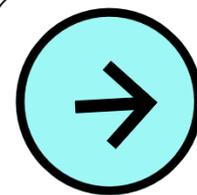
Certificación y materiales



# Objetivos y metas



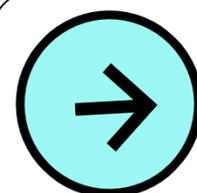
Análisis de la normativa autonómica y estatal aplicable a comercios minoristas y mayoristas



Conocer nuestras obligaciones como vendedores con consumidores y profesionales



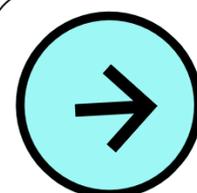
Cartelería legal obligatoria en la superficie de ventas



Cartelería de actividades de promoción de ventas



Política de Compras: requisitos y condiciones de devoluciones y garantías



Nuestros establecimientos: normativa técnica y de seguridad



# ¿Cómo te puede servir este curso?



## Seguridad jurídica

Te brindamos asesoría legal actualizada en materia de comercio para establecimientos que vendan directa o indirectamente a consumidores finales.



## Evitar sanciones

El objetivo primordial es ayudar a otros profesionales y emprendedores a evitar multas por infracciones administrativas, así como Inspecciones de Consumo motivadas por reclamaciones.



## Maximizar las ventas

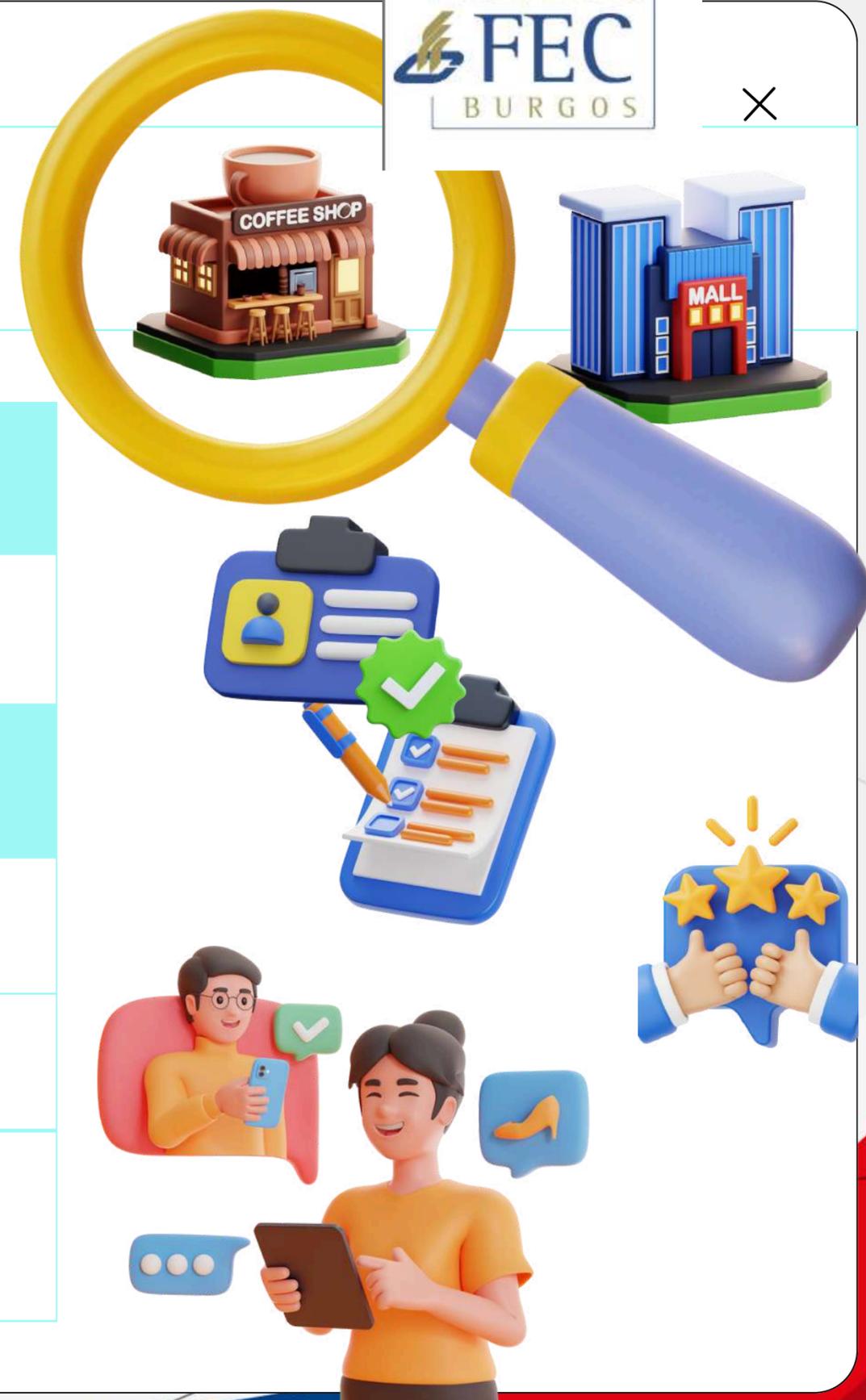
Lo bien hecho, bien parece, y cumplir con la ley puede ser elemento diferenciador al profesionalizar equipos, crear entornos de venta seguros, accesibles y veraces, donde el consumidor se siente valorado y su experiencia de compra sea de calidad.



## Destacar entre la competencia

Las valoraciones positivas de los consumidores versan sobre la cercanía en el trato, la disponibilidad de stock, la atractiva presentación de producto, información correcta sobre precios y un servicio de atención al cliente postventa satisfactorio.

# Índice y contenidos



1

Criterios diferenciadores entre Comercio mayorista y minorista

2

Licencias y permisos

3

Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León

3.1. Etiquetado y marcado de productos

3.3. Indicación de Precios

3.2. Cartelería legal obligatoria interior

3.4. Hojas de reclamaciones

3.5. Carteles de actividad de promoción de ventas: promociones, ofertas, liquidaciones y rebajas.

3.5. Seguridad, accesibilidad e higiene en el establecimiento

**Introducción. Regulación legal**



# Introducción

## Regulación (I) Autonómica

DL 2/2014 de 28 de agosto →

**Decreto Legislativo por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio de Castilla y León** (Decreto Legislativo 2/2014, de 28 de agosto)

Ley 1/2016 de 13 de octubre →

Ley 1/2016, de 13 de octubre, por la que se modifica la Ley 2/2015, de 4 de marzo, por la que se aprueba el **Estatuto del Consumidor de Castilla y León**.

DL 3/2009 de 23 de diciembre →

El Decreto-ley 3/2009, de 23 de diciembre, de **Medidas de Impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León**

# Introducción

## Regulación (I) Autonómica

### Ley 5/2013 de 19 de junio →

**Ley 5/2013, de 19 de junio , de Estímulo a la Creación de Empresas en Castilla y León,** mediante la cual se establecen modificaciones que reflejan los principios inspiradores de la Directiva de Servicios del Mercado Interior, en concreto lo relativo a la simplificación y agilidad procedimental, enfocándose en el régimen administrativo de los grandes establecimientos comerciales y más concretamente al tema de las licencias comerciales, sus plazos, etc.

### Estatuto de Autonomía de CyL →

El Estatuto de Autonomía de Castilla y León, en su **artículo 70.1.20º**, atribuye competencia exclusiva a la Comunidad de Castilla y León en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y de la legislación sobre defensa de la competencia. Asimismo, recoge como competencia exclusiva la regulación y autorización de grandes superficies comerciales, en el marco de la unidad de mercado; calendarios y horarios comerciales, en el marco de la normativa estatal y ferias y mercados interiores. Y ello dentro del principio del respeto de los derechos de los consumidores y usuarios, cuyos legítimos intereses económicos así como su salud y seguridad deben ser protegidos por los poderes públicos,

# Introducción

## Regulación (I) Autonómica

**Decreto 109/2004 de 14 de octubre**



Modelo de Hoja de Reclamaciones regulada por el Decreto 109/2004, de 14 de octubre,

**Ley de accesibilidad de CyL**



Ley de Accesibilidad de Castilla y León (Ley 1/2010, de 5 de mayo)

# Introducción

## Regulación (II) Estatal

### Ley 7/1996 de 15 de enero →

Ley 7/1996, de 15 de enero, **de Ordenación del Comercio Minorista, afectando fundamentalmente a las actividades comerciales de promoción de ventas, y en particular a la venta multinivel regulada en la misma, la prohibición de venta en pirámide y la venta con obsequio o prima**

### RDL 1/2007 de 16 de noviembre →

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. (BOE 30-11-2007)

### art. 51 CE →

### CTE →

Código Técnico de la Edificación (CTE) modificado por el Real Decreto 173/2010, para incorporar parámetros de accesibilidad. Cualquier nuevo edificio u obra de ampliación realizada en el territorio español, incluyendo los establecimientos de uso comercial y uso público, debe cumplir con las exigencias establecidas en él.

# Introducción

## Regulación (III) Europea

### Directiva 2005/29/CE del PE y CE →

Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las **prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior**, que tenía como objeto contribuir al buen funcionamiento del mismo y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores, mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.

### Directiva 2006/14/CE del PE y CE →

la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre **publicidad engañosa y publicidad comparativa**.

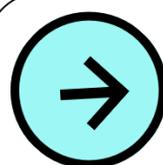
# Introducción

**La gran protagonista:**

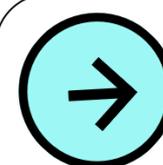
**Decreto Legislativo por el que  
se aprueba el Texto  
Refundido de la Ley de  
Comercio de Castilla y León**

# Introducción

Objetivo de la regulación del comercio interior de la CACyL



Art. 1. La regulación administrativa de la actividad comercial en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, con la finalidad de ordenar y modernizar el sector de la distribución comercial .



Art. 2. Se entiende por actividad comercial la que consiste en ofertar al mercado productos o mercancías con ánimo de lucro.  
También se considera actividad comercial la prestación de determinados servicios cuando se oferten al mercado con ánimo de lucro y/o deriven de una actividad comercial





# Diferencias entre comercio minorista y mayorista



## Comercio mayorista



Art. 3.1.ap.2. Situar u ofrecer en el mercado productos, mercancías o servicios cuyos destinatarios sean otros comerciantes o empresarios que no sean consumidores finales

Compras en grandes volúmenes o lotes a distribuidores y fabricantes, las almacena para su posterior venta al minorista

Transacciones y contratos regulados por legislación Mercantil

## Comercio minorista



Art. 3.1. Situar u ofrecer en el mercado productos, mercancías o servicios para los consumidores finales o usuarios

Compra venta al consumidor final y en pequeñas cantidades

Transacciones y contratos regulados por el RDL 1/2007 por el que se aprueba el TRLGDCU y legislación civil subsidiaria.

## Comercio mayorista



### IAE: Comercio al por mayor

A efectos del Impuesto sobre Actividades Económicas, se considera comercio al por mayor el realizado con:

- a) Los establecimientos y almacenes dedicados a la reventa para su surtido.
- c) Asimismo, para que el comercio se considere al por mayor bastará con que se ejecuten transacciones o remisiones, aunque sea sin disponer de almacén o establecimiento, o que se conserven las mercancías en poder de los proveedores o en almacén ajeno en calidad de depósito a la orden y voluntad del depositante

## Comercio minorista



### IAE: Comercio al por menor de producto especializado

Se considera comercio al por menor el efectuado para el uso o consumo directo. Igual consideración tendrá el que, con el mismo destino, se realice sin almacén o establecimiento, siendo suficiente que se efectúen las transacciones o que se conserven las mercancías en poder de los proveedores o en almacén ajeno, en calidad de depósito a la orden y voluntad del depositante.

Para el ejercicio de las actividades a las que se refiere la presente letra, así como para el desarrollo de las facultades que en la misma se regulan, los sujetos pasivos podrán disponer de almacenes o depósitos cerrados al público.

## Comercio mayorista



Ejemplo de empresas y comercios mayoristas

1926  
 K

1960  
 KRAFT

2009  
 kraft foods  
 Make today delicious

2010  
 kraft foods

2012  
 Kraft

2012  
 Mondelēz International  
 Logo de Mondelēz Internacional

2012  
 Kraft Heinz  
 Logo de Kraft Heinz

UN SOCIO CONFIABLE DE SIKA  
**SIKA CENTER**

**BigMat** LOGÍSTICA S.A.

## Comercio minorista



Ejemplo de empresas y comercios minoristas

Les enseignes des Mulliez

LEROY MERLIN  
 Weldom  
 Bricoman

DECATHLON

Auchan  
 Simply  
 Alinéa

KIABI  
 Tapeál'oeil  
 Top office

boulanger  
 Electro depot

3 Brasseurs  
 Pizza Paï  
 Il Ristorante  
 Bistrot du boucher  
 O'Sushi

Amarine  
 flunch

Cultura  
 le sport jubilé

Kiloutou

pimkie®

Bizzbee  
 JULES

Norauto

Picwic



## Comercio mayorista



× **No son mayoristas...**

- **Los fabricantes** (productores reales puros), sino terceros que se ocupan de comercializar sus productos tras comprarlos a un precio muy inferior al de mercado.
- **Aquellos que vendan directamente al consumidor final**



**Si mi tienda/comercio vende tanto a profesionales como consumidores finales, y tengo parte de mi zona de almacén destinada a la venta, ¿puedo realizar tanto la actividad económica mayorista como la actividad económica minorista?**

## Art. 4. Condiciones para el ejercicio de la actividad comercial



Según La Ley 7/1996 e 15 de enero de Ordenación del Comercio minorista en su art. 8.1., " *No podrán ejercer el comercio al por menor además de las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido (incapaces, incapacitados), los empresarios individuales o sociales a quienes la normativa especial de la actividad que desarrollan les exija dedicarse exclusivamente a la misma.*

Es decir, que no se puede tener licencia o CNAE de mayorista y vender a los particulares a la vez, **porque se trata de una licencia excluyente**. Sin embargo, con la licencia de comercio al por menor, se puede vender a todo tipo de comprado, profesional y particular, **y seguir un modelo híbrido de venta, como puede ser BM Fontecha, tienda o boutique de materiales de construcción y diseño que vende productos a clientes particulares (minorista) y también ofrecer descuentos por volumen o productos al por mayor a otras empresas o profesionales**



## Comercio minorista

**Objeto y elementos constitutivos de la ordenación del equipamiento comercial**

**Artículos 12 a 14**

Este Título establece las directrices necesarias para el adecuado desarrollo del equipamiento comercial de los municipios de Castilla y León, constituido por la **dotación de establecimientos comerciales tanto de carácter individual como colectivo, así como el régimen jurídico de autorización administrativa para la implantación de los grandes establecimientos comerciales** que ejerzan una actividad de comercio minorista capaces de producir efectos relevantes sobre la sostenibilidad del desarrollo urbano, rural y medio ambiental con el fin de **protección del medioambiente y del entorno urbano, y la conservación del patrimonio histórico y artístico.**



**REGLA GENERAL:** a **apertura, traslado o ampliación de los establecimientos comerciales que no tengan la consideración de grandes establecimientos no requerirá autorización administrativa de carácter comercial (LICENCIA) ni tampoco se habrá de abonar NINGUNA TASA**



## Comercio minorista

Clases de comercios minoristas,  
art. 16

**Criterio de la correcta integración territorial y urbanística de los establecimientos comerciales individuales** →



### 1.- Establecimientos especializados en bienes de consumo cotidiano

Aquél que presenta una superficie de venta al público superior al 50% destinada a la venta de productos de alimentación, droguería y perfumería.



### 2.- Establecimientos especializados en equipamiento de la persona y del hogar.

Aquél que presenta una superficie de venta al público superior al 50% destinada a la venta de productos del textil, cuero, calzado, complementos, deporte, juguetes, bricolaje, ferretería, decoración, jardinería, electrodomésticos, electrónica, soportes audiovisuales e informática, así como todo establecimiento que se dedique a la venta de otros productos no reflejados en este artículo.



## Comercio minorista

Clases de comercios minoristas,  
art. 17

**Criterio de los m2 de  
superficie de venta  
destinado al público →**

Se considerará superficie de venta al público **aquella a la que el público puede acceder para realizar actividades comerciales, incluyendo los vestíbulos, los espacios cubiertos o descubiertos ocupados por los artículos puestos a la venta, los escaparates internos y externos, tras mostradores, probadores y líneas de caja, incluyendo todos los espacios ocupados por las actividades empresariales accesibles al público** y cuya titularidad pertenezca al que ejerce la actividad comercial principal del establecimiento.



**Establecimiento individual**



**Establecimiento individual integrado en un colectivo (centro comercial)**



**Gran establecimiento comercial <2.500 m2**

Se requiere Licencia específica, art. 12 y arts. 18-23





## Comercio minorista

Clases de comercios minoristas,  
art. 17

**Criterio de los m2 de  
superficie de venta  
destinado al público →**



**Establecimiento individual**





**Establecimiento individual integrado en un colectivo (centro comercial)**



**Comercio minorista**  
Clases de comercios minoristas,  
art. 17

**Criterio de los m2 de superficie de venta destinado al público →**





## Comercio minorista

Clases de comercios minoristas,  
art. 17

**Criterio de los m2 de  
superficie de venta  
destinado al público →**



### Gran establecimiento comercial <2.500 m2

Se requiere Licencia específica, art. 12 y arts. 18-23



IKEA L'Hospitalet, Barcelona, > 40.000 m2



## Comercio minorista

Clases de comercios minoristas. El Gran establecimiento comercial.

Art. 15 y ss.

**Criterio de los m2 de superficie de venta destinado al público** →



### Gran establecimiento comercial <2.500 m2

Se requiere Licencia específica, art. 12 y arts. 18-23



art. 15.1. Tienen la consideración de grandes establecimientos comerciales los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una **superficie de venta al público igual o superior a 2.500 metros cuadrados.**



art. 15.2. Aquellos establecimientos comerciales que dediquen **esencialmente su superficie comercial a la venta de materiales de construcción, maquinaria industrial, especies vegetales en viveros, vehículos y muebles**, tendrán asimismo la consideración de grandes establecimientos comerciales de acuerdo con su superficie de venta ponderada en la forma establecida en el artículo 17 cuando superen los 2.500 m2.



## Comercio minorista

**Clases de comercios minoristas. El Gran establecimiento comercial.**

**Art. 15 y ss.**

**Criterio de los m2 de superficie de venta destinado al público →**



### **Gran establecimiento comercial. Licencia comercial (art. 18 y ss.)**



Art. 18.1. a implantación de grandes establecimientos comerciales requiere, por su incidencia supramunicipal y atendiendo a las razones imperiosas de interés general (art. 12), **la concesión de licencia comercial de gran establecimiento comercial por la Consejería competente en materia de comercio**, previa tramitación del procedimiento regulado en la presente ley.

A estos efectos se entiende por implantación la apertura y ampliación del gran establecimiento comercial.

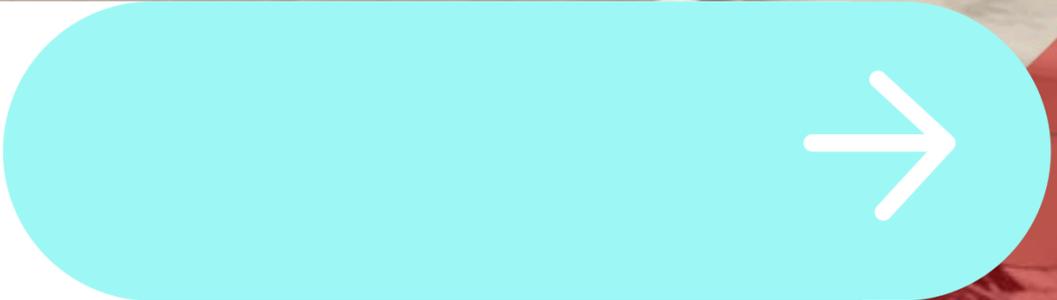


Art. 18.2. Planeamiento urbanístico habilitante



Art. 18.3. Con carácter previo a la concesión de la licencia, será necesario estar en posesión de la licencia comercial (También será obligatoria en caso de solicitar una ampliación de establecimientos comercial, individuales o colectivo, cuando supongan al menos el 25% de la superficie total de venta al público del establecimiento, y, en todo caso, cuando la ampliación supere los 2.500 m<sup>2</sup>).



**Publicidad** 

¿Qué requisitos debe cumplir la publicidad para ser válida y legal?



Ley General de la Publicidad



art. 1. Objeto

Anuncios **claros y comprensibles**. La oferta, la promoción y la publicidad de los productos o servicios tienen que mostrar claramente su naturaleza, sus características, condiciones y utilidad.

**ES vinculante**, y obliga al anunciante a cumplir todo lo ofrecido (características, prestaciones propias o garantías) ya que su contenido equivale a un contrato.

**Veraz**; no puede inducir a error o engaño a los consumidores sobre las características y condiciones de adquisición de los productos o servicios que anuncia

¿Qué requisitos debe cumplir la publicidad para ser válida y legal?



Ley General de la Publicidad



art. 2. Destinatarios



Todas las personas a las que el mensaje publicitario pretenda alcanzar, con especial protección **al consumidor final por ser más influenciable**



¿Qué requisitos debe cumplir la publicidad para ser válida y legal?



DL 2/2014 de 28 de agosto por el que se aprueba el  
TRLCCyL



art. 6. Condiciones de la oferta comercial

El ejercicio de la actividad comercial suministrando y ofreciendo bienes y productos **estará sujeto a lo que concretamente se haya publicitado y ofertado sobre su origen, calidad, cantidad, precio y condiciones de venta**, así como a los requisitos que sean exigibles conforme a la normativa reguladora de tales bienes y productos.

Para ello **el oferente de los bienes y productos deberá prestar la información apropiada y necesaria para el conocimiento de los mismos, los riesgos de su utilización y las condiciones para su adquisición.**

↗ Ley General de Publicidad



→ Publicidad ilícita (art. 3 LGP)

# Publicidad ilegal



La que atenta contra la dignidad de las personas o vulnera los derechos y valores reconocidos en la Constitución, especialmente la que se refiere a la infancia, la juventud y las mujeres.





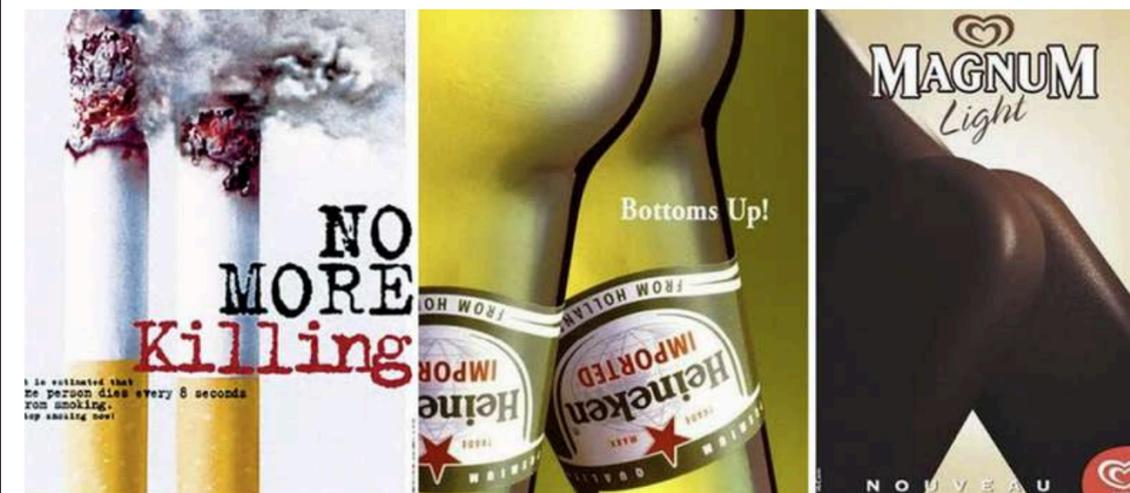
# Publicidad ilegal



## ↗ Ley General de Publicidad

### → Publicidad subliminal (art. 3 c) LGP

Lanza un mensaje al subconsciente del consumidor, sin que se dé cuenta. Por ejemplo, un anuncio televisivo que inserte unas imágenes que no puedan ser percibidas por el ojo humano de forma consciente y que transmitan un mensaje al consumidor incitándole a comprar determinado producto.





↗ **Ley de Competencia Desleal** ▾



**Publicidad engañosa, publicidad desleal y  
publicidad agresiva (LCD, arts. 4-10)**

# Publicidad ilegal



**Engañosa:** Aquella que puede inducir a error (incluso en su presentación), afectando al comportamiento económico del consumidor. También es engañosa aquella que afirma que un bien o servicio está disponible durante un periodo muy limitado de tiempo, obligando al consumidor a tomar una decisión rápida de compra.

**Desleal:** Conductas que contienen información falsa de un producto, o aquellas que, sin ser falsas, pretenden inducir a error al consumidor, afectando a su comportamiento económico. También se considera desleal ocultar información necesaria para que el consumidor pueda adoptar una decisión con respecto a un producto.

**Agresiva:** comportamiento que merme mediante acoso, coacción, incluido el uso de la fuerza, o influencia indebida, la libertad de elección o conducta del destinatario en relación al bien o servicio y, por consiguiente, afecte o pueda afectar a su comportamiento económico.



↗ **Ley de Competencia Desleal** ▾

→ **Actos de comparación (art. 10)**

# Publicidad ilegal



### Comparación Objetiva

La comparación de productos o servicios debe ser objetiva y centrarse en características esenciales, pertinentes y verificables.

**granini**

*Olvidate del exprimidor con el nuevo granini 100%  
Exprimido con naranjas de cultivo 100% sostenible*



*Disfruta de un zumo de naranja recién exprimido cuándo y  
dónde quieras, igual de rico que el de casa, pero listo para tomar*



## ↗ Ley de Competencia Desleal



### → Actos de comparación (art. 10)

# Publicidad ilegal



#### **.Características Relevantes**

La comparación debe resaltar las características más importantes y relevantes de los productos o servicios para el consumidor.

Comparación de Precios

La comparación puede incluir el precio como una característica relevante, pero siempre debe ser justa y transparente.



La Sala de lo Civil del Tribunal Supremo ha desestimado el recurso de casación que la mercantil Eckes Granini Ibérica interpuso contra la sentencia dictada el 2 de octubre de 2017 por la Audiencia Provincial de Barcelona que declaró **engañosa una campaña de publicidad difundida por Granini** y que fue denunciada por J. García Carrión.

En dicho anuncio, la multinacional alemana promocionaba un néctar de naranja, dando a entender al consumidor que se trataba de un **zumو de naranja natural**.

El fallo judicial de la Audiencia de Barcelona **condenó a Granini al cese de la emisión del spot publicitario objeto de controversia**, así como a la difusión en tres cadenas de televisión nacionales de una declaración en la que la condenada reconociera expresamente la información engañosa publicitada y que el producto anunciado se trataba de un néctar y no un zumo de naranja.



↗ **Ley de Competencia Desleal**



→ **Actos de comparación (art. 10)**

# Publicidad ilegal



## Comparación de Precios

La comparación puede incluir el precio como una característica relevante, pero siempre debe ser justa y transparente





# Publicidad ilegal



Ley de Competencia Desleal



Actos de comparación (art. 10)



**Sí podrá una empresa o empresario comprarse públicamente con su competencia cuando:**

Los bienes o servicios comparados deben tener la misma función o satisfacer las mismas necesidades.

La comparación debe hacerse de manera objetiva, enfocándose en características esenciales, pertinentes y verificables, incluyendo el precio.

Misma denominación de origen o geográfica

No se pueden presentar bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros con marca o nombre protegido.

Se haga sin denigrar ni engañar



# Publicidad ilegal



## ↗ Ley de Competencia Desleal



### → Actos de imitación (art. 11.3)

La imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales o profesionales de un competidor cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según las circunstancias, pueda reputarse una respuesta natural del mercado



Fuente: [lascalculadorarusa.com](http://lascalculadorarusa.com)



**OFERTA ESPECIAL**

**RECICLA**

**1 PACK DE 10 SACOS GRATIS**

**POR COMPRAS SUPERIORES A 100€ (IVA NO INCLUIDO) EN MATERIALES DE OBRA/CONSTRUCCIÓN**

EL REGALO SE ENTREGA CON LOS 10 SACOS Y 10€ DE IVA. BURGOS - 947 48 28 07 - BURGOS@BIGMAT.COM



**OFERTA FLASH**

**KIT DE PROTECCIÓN LAB. CONSTRUCCIÓN**

REF. 5405736

**9'95** €/ud. (IVA INCLUIDO)

**8'22** €/ud. (IVA INCLUIDO)

Protección Laboral compuesta por:

- 1 casco con ruleta y arnés textil
- 1 chaleco alta visibilidad TL
- 1 par de guantes TP poliestireno
- 1 par de botas NTRG

Todo dentro de una bolsa de transporte.

**HASTA AGOTAR EXISTENCIAS**

**NO PARA COMPRAS EN TIENDAS FÍSICAS**

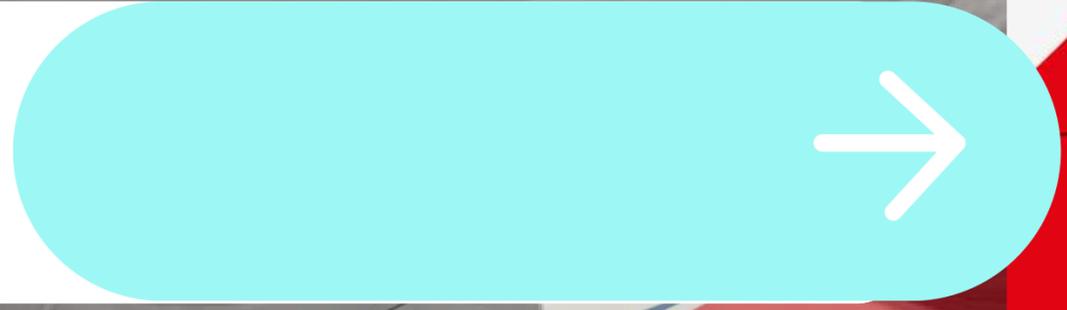
COMERCIO

**FEC**

BURGOS



**Publicidad y cartelera en establecimiento comercial**



# ¿Qué cartelaría es obligatorio colocar en el EC?



**Horarios comerciales, visible tanto desde el interior como desde el exterior (art. 7)**



**Precios en todos los artículos a la venta (incluye la exposición) (art. 8)**



**Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)**



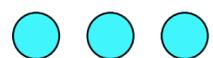
**Garantías de los bienes y servicios (art. 9)**



**Condiciones generales de las Compras y Política de Devoluciones**



**Cartel informativo de "Existen Hojas de Reclamaciones a disposición del consumidor y usuario".**



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?

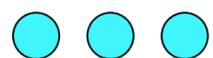


## Horarios comerciales, visible tanto desde el interior como desde el exterior (art. 7)

7.1. El horario global en el que los comercios podrán ejercer su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana será **libremente determinado por cada comerciante, de acuerdo con lo que se establezca reglamentariamente por la Junta de Castilla y León al respecto**, con pleno respeto a lo establecido en la normativa estatal sobre la materia.

7.2. El número **mínimo de domingos y días festivos** en que los comercios podrán permanecer abiertos al público será de **diez**. No obstante la determinación del calendario, que en todo caso deberá atender de forma prioritaria el atractivo comercial de esos días, se realizará de acuerdo con el procedimiento y los criterios que se establezcan reglamentariamente por la Junta de Castilla y León.

Excepción: zonas declaradas por el Ayuntamiento como **“Zona de Gran Afluencia Turística”**: podrán abrir sin horario limitado



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?

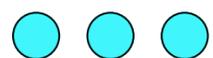


## Precios en todos los artículos a la venta (incluye la exposición) (art. 8)

**Libertad de precios** Los comerciantes pueden fijar libremente el precio de los productos que venden, siempre que respeten la normativa vigente.

**Obligación de mostrar precios** En el comercio minorista, es obligatorio mostrar el precio de venta al público de forma clara, visible y legible junto a cada producto. Además, el producto debe venderse al precio que se muestra.

**Excepciones reguladas** La Consejería de Comercio puede establecer excepciones a esta obligación de exhibir precios, si la naturaleza del producto lo justifica, y siempre con informe previo del Consejo Castellano y Leonés de Comercio.



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



**Más obligaciones sobre Precios: el precio final vendrá expresado en euros con IVA incluido, con referencia a la unidad de venta ya la unidad básica de medida si el artículo/producto es segregable**



**RD 3423/2000 SOBRE PRECIOS**



Art. 1. Unidades de medida básica: Peso (kg), Volumen (litros) y Superficies (m<sup>2</sup> o metro lineal)

Art. 2. No se aplicará a:

- a) Los productos suministrados con ocasión de una prestación de servicios.
- b) Las ventas en subasta pública.
- c) Las antigüedades y las obras de arte.

¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



SILICONA CEYS SELLATODO BLANCO 280ml

REF.: 5394343

**BigMat**  
LA TIENDA PROFESIONAL DE LA CONSTRUCCION



84296412321044



Consulta nuestra disponibilidad online

**7,25 € / ud. IVA incl.**

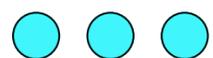
**25,89 € / 1L IVA incl.**

**7,04 € ud. + IVA**

**25,14 € 1L + IVA**

 **572 En stock (24.10.2024)**

AM010206 FECHA 28.09.2024



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



## RD 3423/2000 SOBRE PRECIOS

Art. 3. Indicación de los precios y excepciones.

1. Se indicará el precio de venta en todos los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores. se indicará el precio final (precio de venta) que incluye el IVA + otros impuestos
2. Se indicará el precio por unidad de medida en:
  - a. Todos los productos que deban llevar una indicación de la cantidad a cuya magnitud deberán referirse.
  - b. Los productos comercializados por unidades o piezas, utilizándose en este caso el uno como referencia de la unidad.

.No se deberá indicar el precio por unidad de medida:

- a) Cuando éste sea idéntico al precio de venta.
  - b) En los productos relacionados en el anexo I.
4. Respecto de los productos vendidos a granel, deberá indicarse únicamente el precio por unidad de medida (100gr/1kg)

➤ RD 3423/2000 SOBRE PRECIOS

¿Qué  
 cartelería  
 es  
 obligatorio  
 colocar en  
 el EC?



**BigMat**  
 LA TIENDA PROFESIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

¿Qué necesitas hoy?

Noticias Tiendas Acceder OE

Productos Promociones Jardín Pinturas Herramientas Baño & Decoración Cerámica Cubiertas Ventanas

Home / Herramientas y maquinaria / Electricidad / Cable Eléctrico / CABLE H07Z1-K CPR 2,5 AZUL R100 (libre de halógenos)

**CABLE H07Z1-K CPR 2,5 AZUL R100 (libre de halógenos)**  
 REF.: 5391855

**56,70 € / rollo**, Impuestos incluidos

Valorar este producto

- Stock disponible.
- Envío Standard
- Ver disponibilidad en tiendas
- Acceda con su usuario para usar listas

Peso: 2,917 kg  
 Alto: -- cm.  
 Ancho: -- cm.  
 Largo: -- cm.

**Cantidad**  
 Este artículo se vende por rollo

- 1 + **Añadir al pedido**



**OBRAMAT**

Mi Almacén Obramat Alcobenda... Mi Cuenta

Categorías Soluciones Marcas Asesoramiento Profesional

**HILO FLEXIBLE LIBRE HALÓGENOS H07Z1-K 2.5mm2 AZUL 200M**  
 Ref : 10514224

**65,00 € / piezas IVA**  
 0,33 € / metros IVA  
 53,72 € / piezas sin IVA  
 0,27 € / metros sin IVA

230 En stock - Actualizado cada 15 minutos  
 Almacén Obramat Alcobendas (Bricomart)  
[Ver disponibilidad en otros Almacenes](#)

Cantidad Total metros

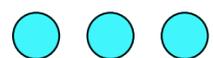
- 1 + 200

**Añadir al pedido**



## RD 3423/2000 SOBRE PRECIOS





¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



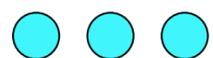
## ➤ RD 3423/2000 SOBRE PRECIOS

Art. 4. Características y presentación de los precios

1. El precio de venta (final + IVA E IMPUESTOS) 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





# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



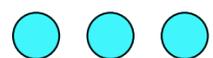
**20%  
OFF**

## Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6 y arts. 24-32)

Art. 24. 1. Las actividades comerciales de promoción de ventas son aquellas que ofrecen al comprador condiciones más ventajosas en los productos que habitualmente caracterizan la oferta comercial de los mismos.

Art. 24.2. se consideran actividades comerciales de promoción de ventas: las **ventas en rebajas, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio, las ventas en oferta y la oferta directa de fabricante o mayorista**. La utilización de alguna de estas denominaciones sin ajustarse a su regulación específica, se estará a lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley de Competencia Desleal.

24.3. Toda venta promocional que, aun anunciándose con distinta denominación, reúna las características de cualquiera de las modalidades previstas en esta ley, se entenderá asimilada a la misma y quedará sujeta a su regulación específica.



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



**20%  
OFF**

## Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6 y arts. 24-32)

Art. 24. 1. Las actividades comerciales de promoción de ventas son aquellas que ofrecen al comprador condiciones más ventajosas en los productos que habitualmente caracterizan la oferta comercial de los mismos.

Art. 24.2. se consideran actividades comerciales de promoción de ventas: las **ventas en rebajas, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio, las ventas en oferta y la oferta directa de fabricante o mayorista**. La utilización de alguna de estas denominaciones sin ajustarse a su regulación específica, se estará a lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley de Competencia Desleal.

24.3. Toda venta promocional que, aun anunciándose con distinta denominación, reúna las características de cualquiera de las modalidades previstas en esta ley, se entenderá asimilada a la misma y quedará sujeta a su regulación específica.

# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



**20% OFF**

**Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)**



**Requisitos generales (art. 25)**



**1.- Promociones simultáneas permitidas** Se pueden realizar varias promociones a la vez en un mismo establecimiento, excepto si hay una liquidación. En ese caso, deben estar claramente separadas y bien informadas.



**2.- Información obligatoria:** El empresario debe ofrecer información clara, veraz y suficiente sobre cada promoción, incluyendo:

- Tipo de promoción
- Fechas de vigencia

# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



**20% OFF**

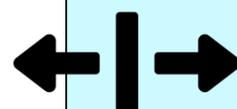
**Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)**



**Requisitos generales (art. 25)**



**3.- Limitación en el alcance de la promoción** Si la promoción no afecta al menos a la mitad de los productos en venta, no puede anunciarse como general, sino solo para los artículos concretos implicados



**4.- Condiciones de los productos promocionados** Los productos en promoción deben tener las mismas características y condiciones contractuales que antes del descuento (excepto saldos). Si hay productos con precio normal y reducido, deben estar bien separados o señalizados para evitar confusión.

# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



**Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)**



**Requisitos generales (art. 25)**



**5.- Transparencia en los precios** En productos rebajados debe mostrarse claramente:

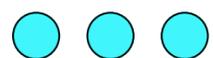
- El precio anterior (habitual)
- El precio reducido (excepto si es un artículo nuevo en venta)



**6.- Descuentos porcentuales** Si se aplica el mismo porcentaje de descuento a varios productos, puede anunciarse de forma genérica sin marcarlo en cada artículo.



**7.- Aceptar los medios de pago comúnmente utilizados a diario.**



¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



**20%  
OFF**

**Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)**



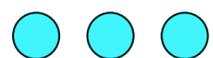
**Requisitos generales (art. 25)**



**8.- Sin límites de descuento** No se puede exigir que las promociones tengan un mínimo o máximo de descuento porcentual.



**9.- Prohibición de ventas en pirámide** Este tipo de venta está prohibido según lo establecido en la Ley 1/1996 de Ordenación del Comercio Minorista.



¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



**20%  
OFF**

**Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)**



**Especificidades de cada régimen (art. 27-32)**

**Venta en rebajas (art 27)**

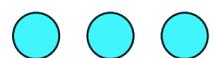
**Ventas con obsequio o prima (art 30)**

**Venta de saldos (art 28)**

**Ventas en oferta (art 31)**

**Venta en liquidación (art 29)**

**Venta directa realizada por  
fabricante o mayorista (art. 32)**



## Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)

Especificidades de cada régimen (art. 27-32)



### Venta en rebajas (art 27)



27.1. Existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se oferten a un precio inferior al fijado antes de la citada venta, y dentro del mismo establecimiento dedicado a la actividad comercial, durante un período libremente establecido por el comerciante.



24.3. Prohibida la venta en rebajas de aquellos artículos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.



27.2. Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los períodos estacionales que decida libremente cada comerciante en función de su interés comercial. En todo caso, las fechas elegidas como inicio y fin de la venta en rebajas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en un lugar visible al público.



24.4. Los artículos ofrecidos en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual del establecimiento.



## Venta de saldos (art 28)

### Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)

Especificidades de cada régimen (art. 27-32)



28.1. Es aquella venta que afecte a productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfectos, desuso u obsolescencia de los mismos.



28.2. No puede calificarse como venta de saldos la de aquellos productos que bajo tal régimen, supongan algún riesgo o engaño para el comprador, ni tampoco la de aquellos productos que no se vendan realmente por precio inferior al habitual.



## Venta en liquidación (art 29)

### Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)

Especificidades de cada régimen (art. 27-32)



**SOLD OUT**

29.1. Venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esa denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél, en alguno de los casos siguientes:

- 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.
- Cambio de rama 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.



## Venta en liquidación (art 29)



29.2. Las liquidaciones deben hacerse en el mismo establecimiento donde se vendían habitualmente los productos, salvo por fuerza mayor, resolución judicial o causas justificadas.



29.4. Si el empresario tiene varios establecimientos, el cese debe afectar a todos para considerarse una liquidación. El cierre de solo uno se considera un cambio de local, no una liquidación.



29.3. Solo se permite liquidar por fuerza mayor si esta impide el funcionamiento normal del negocio. También se admite si hay obras importantes que obligan a cerrar el local.



29.5. La venta en liquidación puede durar como máximo un año.



29.7 No se puede hacer otra liquidación de productos similares en el mismo local durante los tres años siguientes, salvo por decisión judicial, administrativa, cese total de actividad o fuerza mayor.

## Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)

Especificidades de cada régimen (art. 27-32)





## Venta con obsequio o prima (art. 30)



30.1. Venta con obsequio: se ofrece un premio (automático o por sorteo/concurso) para incentivar la compra.

30.2. Venta con prima: se ofrece una ventaja o incentivo vinculado a la adquisición de un producto o servicio.

- Estas prácticas pueden considerarse desleales si incumplen lo previsto en la Ley de Competencia Desleal.
- Si el incentivo es un sorteo, se aplican tanto esta ley como la normativa sectorial correspondiente.



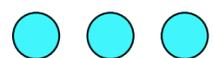
30. 2. Requisitos mínimos:

- No se puede cambiar el precio ni la calidad del producto durante la promoción.
- El comerciante debe tener existencias suficientes para entregar los obsequios, y las bases del sorteo deben estar en el envase o divulgadas.
- Si se comunica que alguien ha ganado un premio sin condición de compra, no se puede exigir que compre para recibirlo.
- Los obsequios deben entregarse en el momento de la compra o en un plazo máximo de 2 meses.
- Si el obsequio está en el envase, el comprador tiene derecho a reclamarlo durante al menos 3 meses tras la promoción.
- En colecciones, la empresa debe permitir el canje por piezas alternativas, salvo que se indique otro método.
- No se pueden ofrecer varios artículos juntos salvo que tengan relación funcional, se vendan habitualmente en conjunto o puedan venderse por separado al precio habitual.

## Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)

Especificidades de cada régimen (art. 27-32)





## Actividad de promoción y oferta de ventas (art. 6)

Especificidades de cada régimen (art. 27-32)



**20% OFF**

### Ventas en oferta (art. 31)



31.1. Son aquellas que buscan dar a conocer nuevos productos o servicios, aumentar ventas o impulsar el desarrollo de un establecimiento.

Pueden incluir ventajas o incentivos específicos.



### Venta directa realizada por fabricante o mayorista (art. 32)



32.1. Se entenderá que existe una venta directa cuando un fabricante o mayorista ofrezca sus productos al consumidor final.

32.2. Queda prohibido que, en la oferta al público de mercancías de cualquier clase, se invoque por el vendedor su condición de fabricante o mayorista, a menos que reúna las circunstancias siguientes:

- Que, en el primer caso, fabrique la totalidad de los productos puestos a la venta y, en segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas.
- Que los precios ofertados no sean inferiores que los que aplican a los comerciantes.

¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



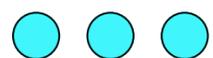
**Garantías de los bienes y servicios (art. 9)**



**Condiciones generales de las Compras y Política de Devoluciones**



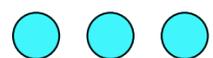
**Aspectos y contenidos que deben aparecer en la Política de compras de todo comercio:**



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



1. Identificación completa de la parte vendedora	5. Precios y modalidades de pago
2. Política de devoluciones por desistimiento del cliente y exclusiones	6. Depósito y guarda de mercancía bajo pedido
3. Derecho de garantía	7. Reserva de dominio
4. Condiciones de entrega de la mercancía	8. Procedimiento el consumidor para formular reclamaciones
5. Pedidos bajo encargo o a solicitud del cliente, particularidades.	9. Métodos y vías para la resolución de conflictos con el consumidor (arbitraje, etc.)
	10. Protección de datos.



# ¿Qué cartelería es obligatorio colocar en el EC?



## Condiciones generales de las Compras y Política de Devoluciones

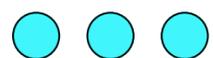
### POLÍTICA DE DEVOLUCIONES

La devolución de un producto dependerá de la política de devoluciones del establecimiento en el que se compre, y en ella se recogerán todas las condiciones que especifica la tienda para aceptar devoluciones de productos nuevos o usados. Los establecimientos no están obligados a aceptar cambios o devoluciones porque el regalo no haya sido acertado o no nos guste. La ley sólo les obliga en el caso de que haya taras o desperfectos (LEY DE GARANTÍAS) y en las compras online, donde existe derecho de desistimiento durante 14 días

### DERECHO DE DESISTIMIENTO

Para los supuestos de compras realizadas a distancia (por ejemplo, a través de internet o teléfono) o realizadas fuera de establecimiento mercantil, la persona consumidora gozará del derecho de desistimiento de la contratación realizada durante un periodo de 14 días naturales (sin alegar motivo alguno, ni pudiéndose aplicar penalización alguna) contados a partir de:

1. La celebración del contrato (si se trata de un contrato de servicios).
2. El día que la persona consumidora y usuaria adquiera la posesión material del producto solicitado (si se trata de un contrato de venta).



¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



## Condiciones generales de las Compras y Política de Devoluciones

<p>El producto debe encontrarse en su estado original, sin haber sido utilizado y con todas las piezas, accesorios y manual de instrucciones que lo acompañaban, así como con su embalaje original.</p>	<p><b>Excepciones al derecho de desistimiento de las compras (art. 103 RDL 1/2007)</b></p>
<p>El titular de la factura deberá aportar la factura de compra original</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pedidos bajo encargo</li><li>• Pedidos personalizados o a medida</li><li>• Productos que por motivos de higiene no puedan ser puestos de nuevo a la venta (tapa de váter, sanitarios, platos de ducha...)</li><li>• Productos instalados</li><li>• Artículos que figuran en la lista de excepción al derecho de desistimiento del artículo 103 TRLGDCU</li><li>• Productos que se deterioren o caduquen rápidamente (hormigón)</li><li>• El suministro de bienes que después de su entrega y teniendo en cuenta su naturaleza se hayan mezclado de forma indisoluble con otros bienes (mezclas de mortero, material de rejunte, etc.)</li></ul>
<p>plazo para devolver el producto.</p>	
<p>Política de deméritos que debe asumir el cliente en caso de que el producto no esté apto para su venta posterior</p>	
<p>En compras a distancia, el cliente debe notificar al vendedor antes de los 14 días su intención de desistir de la compra.</p>	



**Cartel informativo de "Existen Hojas de Reclamaciones a disposición del consumidor y usuario".**

¿Qué  
cartelería  
es  
obligatorio  
colocar en  
el EC?



Junta de  
Castilla y León

**EXISTEN**

**HOJAS DE RECLAMACIONES**

(claims forms are available)

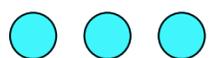
**A DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR O USUARIO**

(to consumers or users)

*(DECRETO/ DECREE 109/2004, de 14 de Octubre)*

**Seguridad y accesibilidad en comercio  
de Castilla y León**



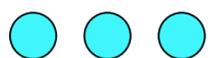


## Ley de accesibilidad de CyL →

Ley de Accesibilidad de Castilla y León (Ley 1/2010, de 5 de mayo)

## CTE →

Código Técnico de la Edificación (CTE) modificado por el Real Decreto 173/2010, para incorporar parámetros de accesibilidad.



## Seguridad general

- Pavimentos seguros: deben ser antideslizantes, sin huecos ni piezas sueltas, y sin reflejos que puedan provocar caídas o deslumbramientos.
- Elementos colgantes: cualquier objeto situado por debajo de 2,20 m debe estar señalizado o llegar hasta el suelo para ser detectado por personas con discapacidad visual.
- Cristales: deben llevar bandas horizontales contrastadas entre 0,85–1,10 m y 1,50–1,70 m para advertir su presencia.
- Iluminación: homogénea, sin zonas de sombra, con intensidad suficiente para personas con baja visión.
- Alarmas: deben ser sonoras y visuales para facilitar la detección en situaciones de emergencia.

Ley de accesibilidad  
de CyL →



## Pasillos y circulación

- Anchura mínima: 1,20 m libres de obstáculos.
- Espacios de giro: cada tramo  $\geq 10$  m debe permitir un giro de 1,50 m de diámetro.
- Contraste visual: entre suelo y paredes para facilitar la orientación.
- Evitar obstáculos: no colocar elementos que reduzcan el paso o dificulten la movilidad (coches de bebé, sillas de ruedas, etc.).
- Felpudos y alfombras: deben estar bien anclados para evitar tropiezos.

Ley de accesibilidad  
de CyL →



## Pasillos y circulación

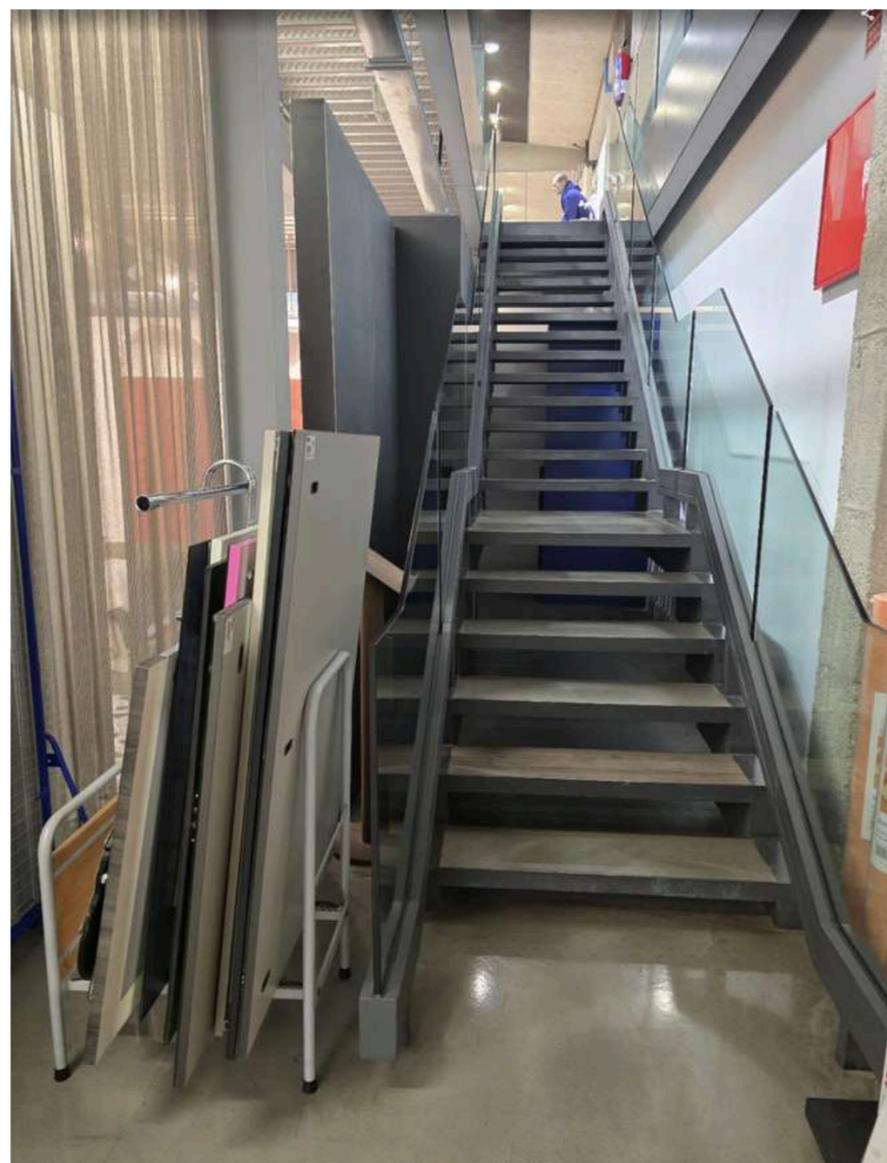


Ley de accesibilidad  
de CyL →



## ♿ ♀ Pasillos y circulación

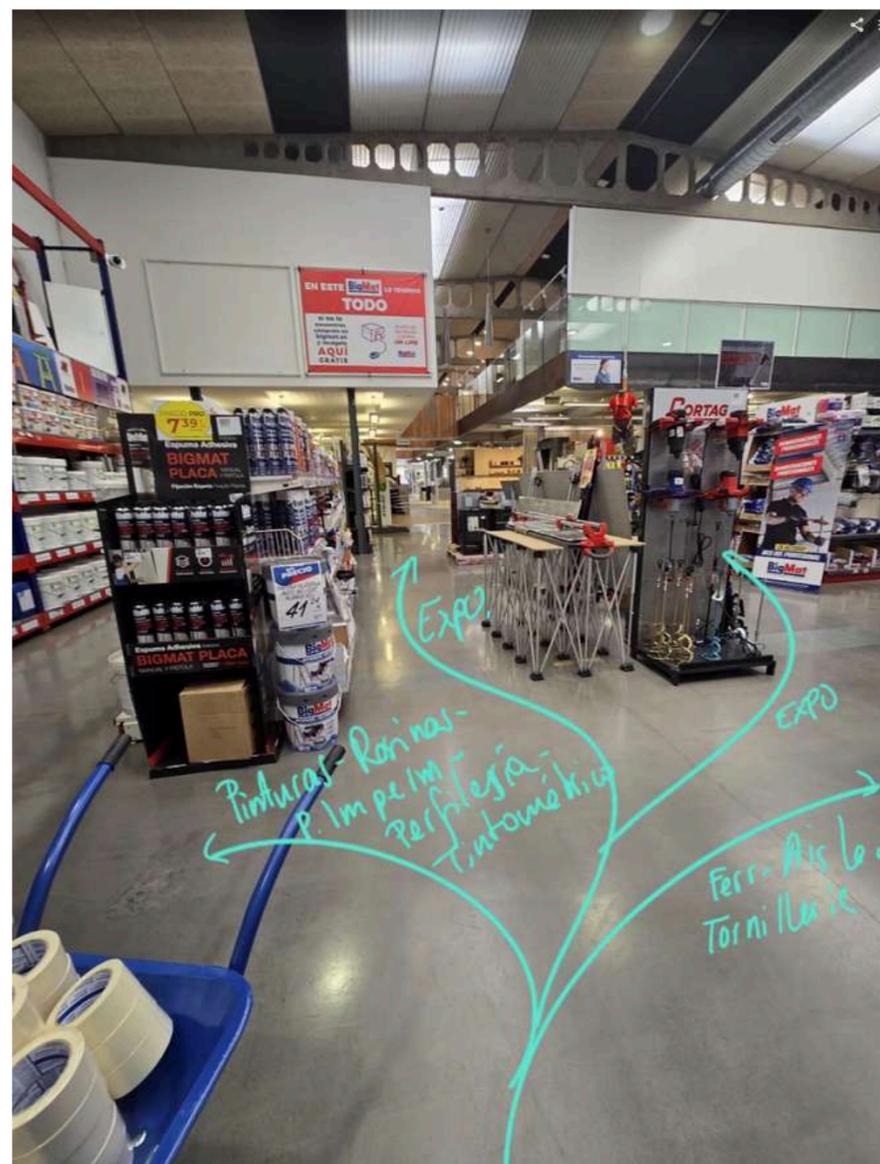
Ley de accesibilidad  
de CyL →

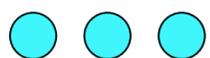




## Pasillos y circulación

Ley de accesibilidad  
de CyL →





## Balizamiento y exposición de la mercancía

- Mobiliario seguro: sin aristas vivas ni elementos punzantes; preferiblemente con formas curvas.
- Altura de exposición: productos accesibles a 1,30 m y 1,60 m para personas con movilidad reducida.
- Espacio de aproximación: mobiliario debe permitir acercamiento cómodo para usuarios de silla de ruedas.
- Elementos voladizos: si están por debajo de 2,20 m, deben llegar hasta el suelo o estar protegidos.
- Señalización de precios y productos: debe ser clara, legible, contrastada y sin brillos; se recomienda seguir la norma UNE 170002:2009.

Ley de accesibilidad  
de CyL →



## Balizamiento y exposición de la mercancía

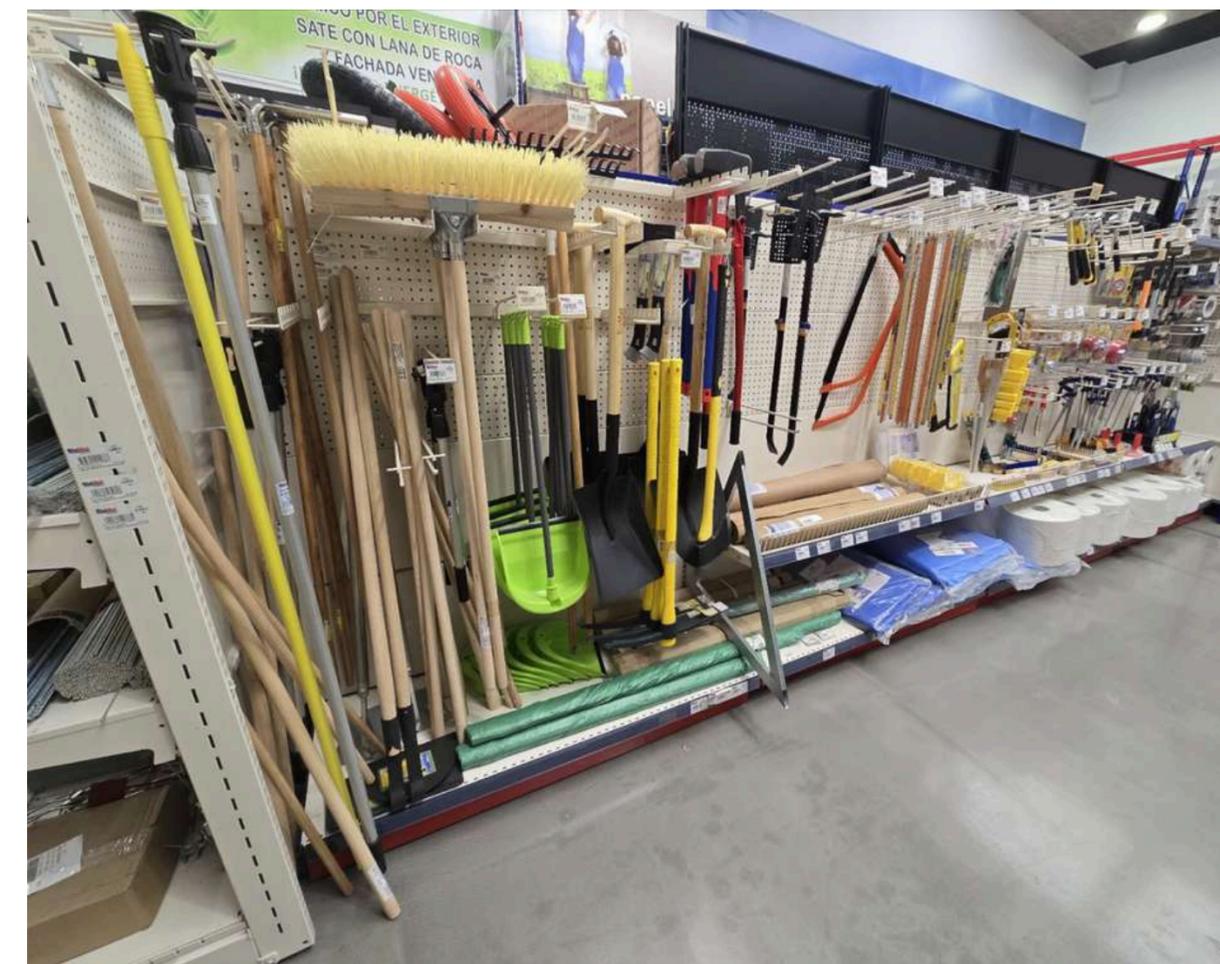


Ley de accesibilidad  
de CyL →



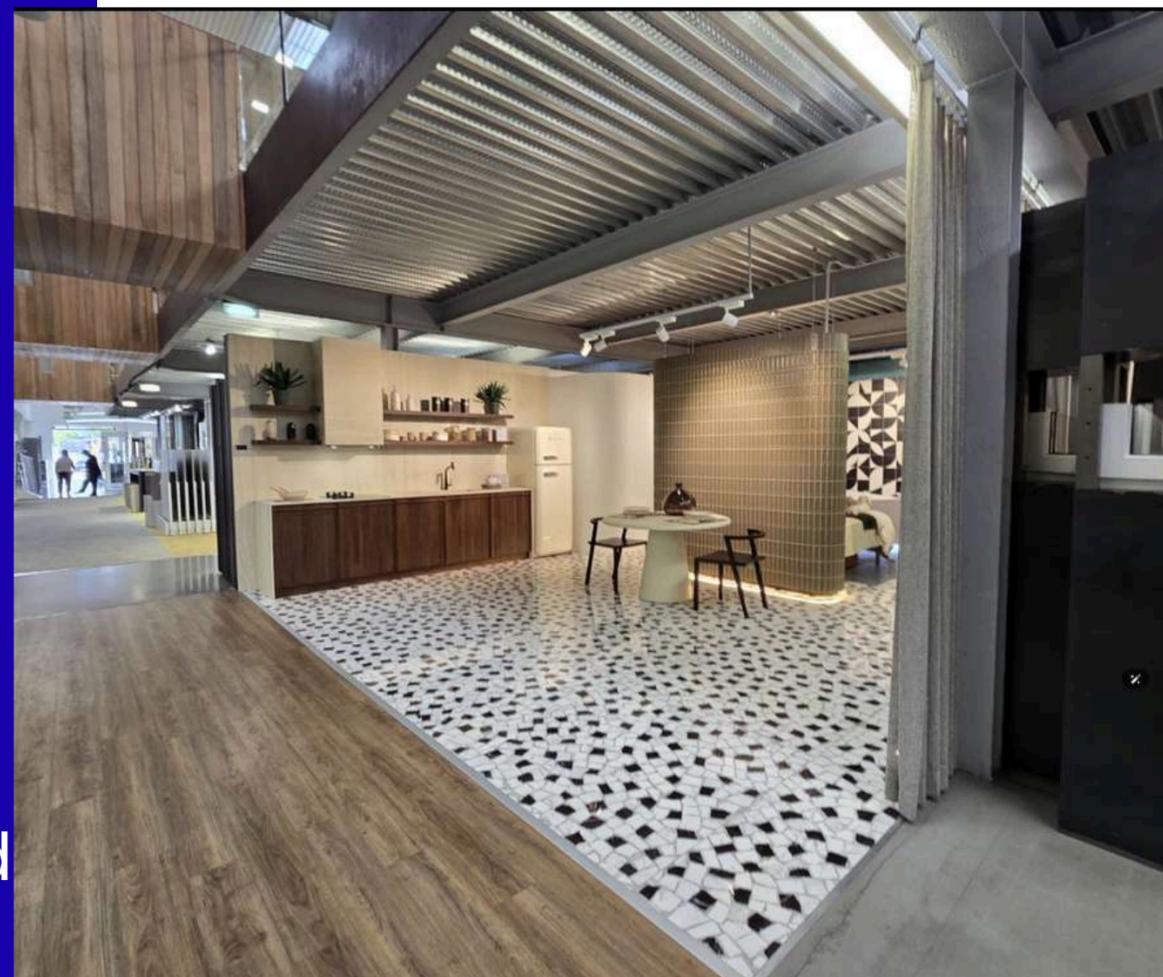
## Balizamiento y exposición de la mercancía

Ley de accesibilidad  
de CyL →

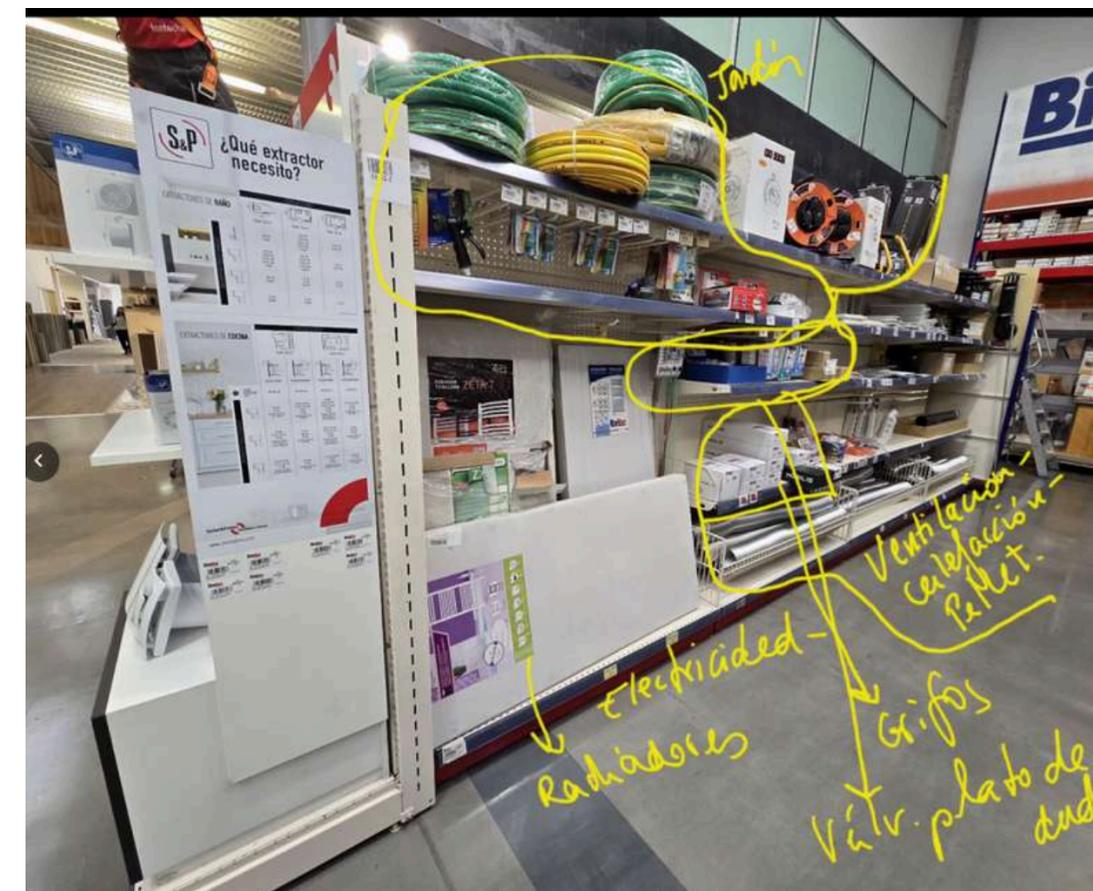




## Balizamiento y exposición de la mercancía



Ley de accesibilidad  
de CyL →



# TU EDUCACIÓN, NUESTRO COMPROMISO



**Formación para la excelencia y el desarrollo profesional**



**[accionarteparatuexito.com](https://accionarteparatuexito.com)**



**[raquel@accionarteparatuexito.com](mailto:raquel@accionarteparatuexito.com)**



**646 688 147**