

La Federación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar (FAEL), con la financiación del Ayuntamiento de Sevilla, pone a disposición de actuales y futuros comerciantes una guía online para conocer la normativa y la información necesarias para la gestión de un establecimiento comercial.



Federación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar

Sevilla.
Muy famosa,
Muy desconocida.

NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Federación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar (FAEL)

954313186

www.fael.es

fael@fael.es

LA GUÍA ON LINE

PARA COMERCIANTES Y FUTUROS EMPRENDEDORES

Sevilla.
Muy famosa,
Muy desconocida.

NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Fael
Federación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar



ÍNDICE

BLOQUE I. NORMATIVA COMERCIAL

I. INICIO DE ACTIVIDAD.....	5
II. RÉGIMEN DE HORARIOS.....	8
III. ZONA DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA.....	12
IV. ETIQUETADO DE ARTICULOS.....	13
V. PRECIOS Y FORMAS DE PAGO.....	15
VI. ACTIDAD DE PROMOCIÓN DE VENTAS.....	23
VII. VENTA A DISTANCIA.....	25
VIII. BOLSAS DE PLÁSTICO.....	27
IX. DEVOLUCIONES.....	28
X. GARANTÍA Y SERVICIO POSTVENTA.....	29
XI. RECLAMACIONES.....	33
XII. SISTEMA ARBITRAL.....	36
XIII. RÉGIMEN SANCIONADOR.....	37

BLOQUE II: SOSTENIBILIDAD, MEDIOAMBIENTE Y ECONOMÍA CIRCULAR

PARTE 1

I. REGULACIÓN EN MATERIA DE RAEE.....	43
II. OBLIGACIONES EN MATERIA DE RAEE.....	44
III. SOLUCIONES DE RECOGIDA DE RAEE PARA EL DISTRIBUIDOR.....	48
IV. PLATAFORMAS LOGÍSTICAS DE LA DISTRIBUCIÓN.....	49
V. INFORME ANUAL DE COMUNICACIÓN.....	51

PARTE 2

I. CONCEPTO Y DEFINICIÓN DE ECONOMÍA CIRCULAR.....	53
II. PRINCIPIOS SOBRE LOS QUE DESCANSA LA ECONOMÍA CIRCULAR.....	55
III. BENEFICIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR.....	58
IV. LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LOS RESIDUOS.....	60

BIBLIOGRAFÍA.....	61
-------------------	----



BLOQUE I: **NORMATIVA COMERCIAL**

I. Inicio de Actividad

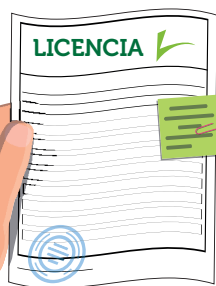
Apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales

Actualmente, ya no es necesaria la solicitud de licencias municipales a priori, que obligaba al emprendedor a esperas de hasta veinticuatro meses para iniciar la actividad. En su lugar, se ha sustituido por un régimen de presentación de declaraciones responsables o comunicaciones previas a la actividad, **facilitando de esta manera el inicio y desarrollo de este tipo de negocios en particular y de la actividad económica en general.**

Ámbito de actuación de la denominada “Licencia Express”

Se aplica en **actividades comerciales minoristas y a la prestación de determinados servicios previstos en el anexo de la Ley 12/2012, y ampliados por la Ley 14/2013, de 27 de septiembre**, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, realizados a través de establecimientos permanentes, situados en cualquier parte del territorio nacional, y **cuya superficie útil de exposición y venta al público no sea superior a los 750 metros cuadrados.**

Se exceptúan del supuesto anterior las actividades desarrolladas en los establecimientos que tengan impacto en el patrimonio histórico-artístico o en el uso privativo y ocupación de los bienes de dominio público.



Supuestos de Inexigibilidad de licencia

Esta inexigibilidad **se aplica para el inicio y durante todo el desarrollo de las actividades comerciales y servicios que recoge la normativa.**

Del mismo modo, **es aplicable en los cambios de titularidad de las actividades comerciales y de servicios.** En estos casos, será exigible comunicación previa a la administración competente solos a efectos informativos.

Por otra parte, **no será exigible licencia o autorización previa para la realización de las obras de acondicionamiento** de los locales destinados a actividad comercial **cuando no requieran de la redacción de un proyecto de obra** de conformidad con el artículo 2.2 de la Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de Ordenación de la Edificación.*

Además, **la inexigibilidad de licencia descrita no regirá respecto de las obras de edificación que fuesen precisas conforme al ordenamiento vigente,** las cuales se seguirán regulando, en cuanto a la exigencia de licencia previa, requisitos generales y competencia para su otorgamiento, por su normativa correspondiente.

Declaración responsable o comunicación previa

Las licencias previas que, de acuerdo con los supuestos recogidos en el anexo sobre actividades en el ámbito de aplicación de la "licencia express", no puedan ser exigidas, serán sustituidas por declaraciones responsables, o por comunicaciones previas. En todo caso, el declarante deberá estar en posesión del justificante de pago del tributo correspondiente cuando sea preceptivo.



* Escanee este código QR para acceder al artículo 2.2 de la Ley 38/1999

Sujeción al régimen general de control

La **presentación de la declaración responsable, o de la comunicación previa**, no prejuzgará el cumplimiento de la normativa aplicable por parte del **empresador/a**, **ni limitará el ejercicio de las potestades administrativas, de comprobación, inspección, sanción, y en general de control por parte de la administración.**

Son las entidades locales las que regulan el procedimiento de comprobación posterior de los elementos y circunstancias puestas de manifiesto por el interesado, a través de la declaración responsable o mediante la comunicación previa.

Dónde solicitar las licencias

Las licencias se pueden solicitar en el **Ayuntamiento** donde se encuentre el comercio. También puede acudir a la **Ventanilla única empresarial** - Punto de atención al emprendedor promovido por la **Cámara de Comercio de España**.

II. Régimen de Horarios

Libertad de Horarios (Andalucía)

El **horario de apertura y cierre dentro de los días laborables de la semana será libremente decidido por cada comerciante**, respetando siempre el límite máximo del horario global que, en su caso, se establezca por la Comunidad Autónoma.

En Andalucía el horario en el que los comercios podrán desarrollar su actividad durante los días laborables de la semana será, como máximo, de noventa horas, salvo los supuestos de plena libertad horaria.

Supuestos de PLENA LIBERTAD de horarios en Andalucía

Según el **Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía**, tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público:

- a.** Los establecimientos de venta de **pastelería y repostería, pan y platos preparados, elaboración y venta de churros, patatas fritas, frutos secos y dulces, prensa, floristerías y plantas.**
- b.** Los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la **venta de productos culturales y deportivos** ubicados en el interior de museos o establecimientos culturales o deportivos.
- c.** La **venta de combustibles y carburantes**, sin que esta excepción afecte a los establecimientos comerciales anexas a las gasolineras, salvo que se limiten, esencialmente, a la venta de repuestos y otros productos complementarios de la automoción. .



d. Los **establecimientos comerciales integrados en instalaciones de prestación de servicios turísticos**, dedicados exclusivamente al servicio de las personas usuarias de las mismas.

e. Las denominadas **tiendas de conveniencia**: son aquéllas que, con una **superficie útil para la exposición y venta al público no superior a 500 m², ni inferior a 300 m², permanezcan abiertas al público, al menos, 18 horas al día**, y distribuyan su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, productos o material audiovisual e informático, juguetes, regalos y artículos varios, sin exclusión de ninguno de estos productos, y sin que predomine netamente uno sobre los demás. En todo caso, la oferta alimentaria será menor del 40% del surtido, medido en número de referencia, ni ocupar más del 35% de la superficie de exposición y venta del establecimiento medido en metros lineales.

f. Los **establecimientos instalados en puntos fronterizos, en estaciones y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo**, que tengan acceso restringido para los viajeros y los situados dentro de los establecimientos de alojamiento turístico.

g. Las **actividades comerciales efímeras**, solo si están directa y exclusivamente vinculadas por el producto comercializado a un evento cultural, deportivo o ferial con el que coincide en el tiempo, independientemente de la modalidad comercial en la que se lleve a cabo.

h. Los **establecimientos situados en las zonas de gran afluencia turística**.

i. Los **establecimientos comerciales individuales, que no formen parte de un establecimiento colectivo, y dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público inferior a trescientos metros cuadrados**, excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa según la legislación vigente.



j. Las modalidades de venta ambulante autorizadas por los Ayuntamientos.

k. Los establecimientos comerciales minoristas situados en los municipios declarados como turísticos conforme a la normativa reguladora de Municipio Turístico de Andalucía, durante el periodo de Semana Santa, que abarcará desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección, ambos inclusive, y el periodo estival, que comprenderá desde el día 1 de junio al día 30 de septiembre, ambos inclusive.

Domingos y festivos

El número de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público en la Comunidad Autónoma de Andalucía será de **dieciséis días desde el año 2022**. Cada comerciante determinará libremente el horario correspondiente a cada domingo o día festivo en que ejerza su actividad.

Para la determinación de los domingos y festivos de apertura se deberá atender de forma prioritaria al atractivo comercial de los días para las personas consumidoras, de acuerdo con los siguientes criterios:

a. La apertura de al menos un día festivo cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos continuados.

b. La apertura en los domingos y festivos correspondientes a los periodos tradicionales de rebajas o ventas promocionales. Se entenderá que los periodos tradicionales de rebajas son dos, el de rebajas de invierno, que comprende desde el 7 de enero al 7 de marzo, y el de rebajas de verano, que comprende desde el 1 de julio al 31 de agosto; todo ello, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 25 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.



HELADOS

c. La apertura en los domingos y festivos de mayor afluencia turística en la Comunidad Autónoma, previo informe de la Consejería competente en materia de turismo.

d. La apertura en los domingos y festivos de la campaña de Navidad, que comprenderá desde el domingo posterior al cuarto jueves de noviembre al 24 de diciembre, y de Reyes, que comprenderá del 26 de diciembre al 5 de enero.

Novedad

Las Corporaciones Locales podrán permutar hasta 2 de los domingos y festivos habilitados en el calendario anual regional por otros en atención a las necesidades comerciales de su término municipal. Dicha permuta se solicitará a la Dirección General competente en materia de comercio interior, antes del 1 de noviembre del año inmediatamente anterior, que resolverá previa consulta del Consejo Andaluz de Comercio. Las permutas estimadas serán publicadas en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía antes del 1 de enero del año en el que hayan de aplicarse.

III. Zona de gran Afluencia Turística

Se consideran zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, aquellas áreas coincidentes con la totalidad del municipio o parte del mismo, en las que concorra alguno de los criterios establecidos para todo el año, o determinados ámbitos temporales.

Los establecimientos comerciales radicados en la zona de gran afluencia turística que se declare, a efectos de horarios comerciales, **tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público.**

Periodos

1. El régimen de libertad horaria se fijará durante el período o periodos de tiempo en los que efectivamente concurren los presupuestos que motivan la declaración de zona de gran afluencia turística.

2. Cuando la circunstancia justificativa de la declaración se repita por periodos reiterados en fechas fijas, la resolución determinará el periodo o periodos de tiempo en los que regirá la libertad horaria.

3. Cuando el evento cultural o deportivo se repita por periodos reiterados pero mudables en el tiempo, la vigencia de la declaración, que contendrá la denominación oficial del evento, tendrá, como fecha de inicio y de final, las del evento.

4. Cuando se trate de eventos singulares, la declaración contendrá la fecha de inicio y de final del periodo único para ese año, entendiéndose que ambas están incluidas.

5. A los efectos de determinar los periodos concretos, se seguirán los siguientes criterios:

a) En caso de **periodo estival**, que coincide con el turismo vacacional o de playa, dicho periodo comprenderá **desde el 1 de junio al 30 de septiembre.**

b) En el caso de **Semana Santa**, abarcará **desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección**, ambos incluidos.

Vigencia

La vigencia de la declaración tendrá **carácter indefinido mientras se mantengan las circunstancias que la motivaron.**



IV. ETIQUETADO DE ARTICULOS

Legislación Nacional. Etiquetado

El etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos industriales objeto de uso y consumo directo estarán sujetos a los siguientes principios:

1.1 Todos los productos puestos a disposición de los consumidores y usuarios **deberán incorporar, llevar consigo o permitir de forma cierta y objetiva una información eficaz, veraz y suficiente sobre sus características esenciales.**

1.2 **No dejarán lugar a dudas respecto de la verdadera naturaleza del producto.**

1.3 **No inducirán a error o engaño** por medio de inscripciones, signos, anagramas o dibujos.

1.4 **No se omitirán o falsearán datos** de modo que con ello pueda inducirse a error o engaño al consumidor o propicien una falsa imagen del producto.

1.5 **No contendrán indicaciones, sugerencias o formas de presentación que puedan suponer confusión con otros productos.**

1.6 **Declararán la calidad o calidades del producto** o de sus elementos en base a normas específicas de calidad, cuando dichas normas existan.

1.7 **Advertirán de la peligrosidad que tiene el producto o sus partes integrantes**, cuando de su utilización pudieran resultar riesgos previsibles.

Por otro lado, **Los datos mínimos exigibles** que necesariamente deberán figurar en el etiquetado de los productos industriales que lleguen al consumidor, a fin de asegurarle una información suficiente, serán los siguientes:

2.1 **Nombre o denominación usual o comercial del producto**, que será aquel por el que sea conocido con el fin de que pueda identificarse plenamente su naturaleza, distinguiéndole de aquellos con los que se pueda confundir salvo para los productos que razonablemente sean identificables.

2.2 **Composición:** Este dato debe hacerse figurar en la etiqueta cuando la aptitud para el consumo o utilización del producto dependa de los materiales empleados en su fabricación, o bien sea una característica de su pureza, riqueza, calidad, eficacia o seguridad.

2.3 **Plazo recomendado para su uso o consumo, cuando se trate de productos que por el transcurso del tiempo pierdan alguna de sus cualidades.** Se podrán determinar otras fechas que sustituyan o acompañen a ésta en aquellos casos en los que justificadamente el producto lo requiera.

2.4 **Contenido neto del producto**, expresado en unidades de masa o volumen, cuando se trate de productos susceptibles de ser usados en fracciones o el número de unidades en su caso.

2.5 **Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, consejos o recomendaciones sobre instalación, uso y mantenimiento, manejo, manipulación, peligrosidad o condiciones de seguridad**, en el caso de que dicha información sea necesaria para el uso correcto y seguro del producto.



“ Las indicaciones obligatorias del etiquetado y presentación de los bienes o servicios comercializados en España deberán figurar, al menos, en castellano, lengua española oficial del Estado. ”



* Escanee este código QR para acceder al Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre



2.6 Lote de fabricación. cuando el proceso de elaboración se realice en series identificables, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5.7.

2.7 Identificación de la Empresa. Se indicará el nombre o la razón social o la denominación del fabricante o del envasador o transformador o de un vendedor, establecidos en la Comunidad Económica Europea y, en todo caso, su domicilio.

2.8 Se deberá, además, **indicar el lugar de procedencia u origen**, en el caso de que su omisión pudiera inducir a error al consumidor, en cuanto el verdadero origen o procedencia del producto. Los productos importados de terceros países no firmantes del Acuerdo de Ginebra sobre obstáculos técnicos al comercio de 12 de abril de 1979, deberán hacer constar en su etiquetado el país de origen.

2.9 Potencia máxima, tensión de alimentación y consumo energético en el caso de productos que utilicen energía eléctrica para su normal funcionamiento.

2.10 Consumo específico y tipo de combustible, en su caso, en productos que utilicen otros tipos de energía.

Los datos obligatorios del etiquetado deberán aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles por el consumidor, no pudiéndose usar abreviaturas, excepto para las unidades de las magnitudes físicas reseñadas que se atenderán a lo que dispone la legislación oficial vigente.

Las etiquetas que contengan los datos obligatorios se situarán sobre el propio producto o en su envase y de forma que sean perfectamente visibles por el consumidor o usuario.

V. OBLIGACIÓN DE VENDER, PRECIOS Y FORMAS DE PAGO

Legislación Nacional. Obligación de vender

1. La oferta pública de venta o la exposición de artículos en establecimientos comerciales constituye a su titular en la obligación de proceder a su venta a favor de los demandantes que cumplan las condiciones de adquisición, atendiendo, en el segundo caso, al orden temporal de las solicitudes.

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

3. Excepcionalmente, cuando existan circunstancias extraordinarias o de fuerza mayor que lo justifiquen, los establecimientos comerciales podrán suspender con carácter temporal la prohibición prevista en el apartado 2 de limitar la cantidad de artículos que puedan ser adquiridos por cada comprador. Estas medidas deberán estar justificadas y se adoptarán de manera proporcionada cuando sea necesario para impedir el desabastecimiento y garantizar el acceso de los consumidores en condiciones equitativas.

Legislación Nacional. Libertad de Precios

Los precios de venta de los artículos serán libremente determinados y ofertados con carácter general.

El Gobierno del Estado, previa audiencia de los sectores afectados, podrá fijar los precios o los márgenes de comercialización de determinados productos, así como someter sus modificaciones a control o a previa autorización administrativa, en los casos siguientes:

a. Cuando se trate de **productos de primera necesidad o de materias primas** estratégicas.

b. Cuando se trate de **bienes producidos o comercializados en régimen de monopolio o mediante concesión administrativa.**

c. Como **medida complementaria** de las políticas de regulación de producciones o de subvenciones u otras ayudas a empresas o sectores específicos.

d. Excepcionalmente y mientras persistan las circunstancias que aconsejen la intervención, **cuando, en un sector determinado, se aprecie ausencia de competencia efectiva, existan obstáculos graves al funcionamiento del mercado o se produzcan situaciones de desabastecimiento.**

NOVEDAD

En todos los productos se debe de indicar el precio, en euros, claramente legibles y visible para el consumidor, incluidos los expuestos en el escaparate



Legislación Nacional. Indicación y Presentación de los Precios

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

El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán de ser **expresados en euros**, además de:

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

En los casos en que las disposiciones requieran la indicación del peso neto y del peso neto escurrido de determinados productos envasados previamente, **bastará la indicación del precio por unidad de medida del peso neto escurrido.**

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.

1. Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato y oferta correspondiente, el empresario deberá facilitarle de forma clara, comprensible y accesible, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas.

Sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, los términos en que se suministre dicha información, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, además de claros, comprensibles, veraces y suficientes, se facilitarán en un formato fácilmente accesible, garantizando en su caso la asistencia necesaria, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

2. Serán relevantes las obligaciones de información sobre los bienes o servicios establecidas en esta norma y cualesquiera otras que resulten de aplicación y, además:

a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios.

b) La identidad del empresario, incluidos los datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.

c) El precio total, incluidos todos los impuestos y tasas. Si por la naturaleza de los bienes o servicios el precio no puede calcularse razonablemente de antemano o está sujeto a la elaboración de un presupuesto, la forma en que se determina el precio así como todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, si dichos gastos no pueden ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales.

En toda información al consumidor y usuario sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio total, desglosando, en su caso, el importe de los in-

crementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares.

d) Los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio.

e) Además del recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, el contenido digital y los servicios digitales, la existencia y las condiciones de los servicios posventa y las garantías comerciales.

f) La duración del contrato, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución. Además, de manera expresa, deberá indicarse la existencia de compromisos de permanencia o vinculación de uso exclusivo de los servicios de un determinado prestador así como las penalizaciones en caso de baja en la prestación del servicio.

g) La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando no sea aquella en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

h) La existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponder al consumidor y usuario, el plazo y la forma de ejercitarlo.

i) La funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables, como son, entre otras, la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional.

j) Toda compatibilidad e interoperabilidad relevante de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que conozca, como son, entre otros, el sistema operativo, la versión necesaria o determinados elementos de los soportes físicos.

k) El procedimiento para atender las reclamaciones de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4.

3. El apartado 1 se aplicará también a los contratos para el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, calefacción mediante sistemas urbanos y contenido digital que no se preste en un soporte material.

4. La información precontractual debe facilitarse al consumidor y usuario de forma gratuita y al menos en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato.

5. La carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información establecidos en este artículo incumbirá al empresario.

Irrenunciabilidad de los derechos reconocidos al consumidor y usuario

La renuncia previa a los derechos que esta norma reconoce a los consumidores y usuarios es nula, siendo, asimismo, nu-

los los actos realizados en fraude de ley de conformidad con lo previsto en el artículo 6 del Código Civil.

Pagos adicionales

1. Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por cualquier contrato u oferta, el empresario deberá obtener su consentimiento expreso para todo pago adicional a la remuneración acordada para la obligación contractual principal del empresario.

Estos suplementos opcionales se comunicarán de una manera clara y comprensible y su aceptación por el consumidor y usuario se realizará sobre una base de opción de inclusión. Si el empresario no ha obtenido el consentimiento expreso del consumidor y usuario, pero lo ha deducido utilizando opciones por defecto que éste debe rechazar para evitar el pago adicional, el consumidor y usuario tendrá derecho al reembolso de dicho pago.

2. Corresponde al empresario probar el cumplimiento de las obligaciones a que este artículo se refiere. (Art.60 bis).

Cargos por la utilización de medios de pago

1. Los empresarios no podrán facturar a los consumidores y usuarios, por el uso de determinados medios de pago, cargos que superen el coste soportado por el empresario por el uso de tales medios.

2. Corresponde al empresario probar el cumplimiento de las obligaciones a que este artículo se refiere. (art. 60 ter).

Confirmación documental de la contratación realizada

1. En los contratos con consumidores y usuarios se entregará recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación, incluidas las condiciones generales de la contratación, aceptadas y firmadas por el consumidor y usuario, cuando éstas sean utilizadas en la contratación.

2. Salvo lo previsto legalmente en relación con los contratos que, por prescripción legal, deban formalizarse en escritura pública, la formalización del contrato será gratuita para el consumidor, cuando legal o reglamentariamente deba documentarse éste por escrito o en cualquier otro soporte de naturaleza duradera.

3. En los contratos con consumidores y usuarios, estos tendrán derecho a recibir la factura en papel. En su caso, la expedición de la factura electrónica estará condicionada a que el empresario haya obtenido previamente el consentimiento expreso del consumidor. La solicitud del consentimiento deberá precisar la forma en la que se procederá a recibir la factura electrónica, así como la posibilidad de que el destinatario que haya dado su consentimiento pueda revocarlo y la forma en la que podrá realizarse dicha revocación.

El derecho del consumidor y usuario a recibir la factura en papel no podrá quedar condicionado al pago de cantidad económica alguna.

Legislación Nacional. Modalidades de Pago

Código Civil, en su artículo 1.170 establece que el pago de

las deudas ha de hacerse en la moneda de curso legal, por tanto, en España el euro es la moneda de pago para cualquier deuda y no puede ser rechazado cuando se pague en efectivo. Hay dos excepciones:

1. Según la orden comunitaria CE 2169/2005, un establecimiento se puede negar a aceptar el pago si se pretende realizar con más de 50 monedas.

2. No podrán pagarse en efectivo las operaciones, en las que alguna de las partes intervinientes actúe en calidad de empresario o profesional, con un importe igual o superior a 1.000 euros o su contravalor en moneda extranjera.

No obstante, el citado importe será de 10.000 euros o su contravalor en moneda extranjera cuando el pagador sea una persona física que justifique que no tiene su domicilio fiscal en España y no actúe en calidad de empresario o profesional.

A efectos del cálculo de las cuantías señaladas en el apartado anterior, se sumarán los importes de todas las operaciones o pagos en que se haya podido fraccionar la entrega de bienes o la prestación de servicios.

Quienes superen este máximo, se enfrentarán a multas que suponen hasta el 25% de la cantidad pagada en función de la cifra total del pago.

(Ley 7/2012, de 29 de octubre, de modificación de la normativa tributaria y presupuestaria y de adecuación de la normativa financiera para la intensificación de las actuaciones en la prevención y lucha contra el fraude.)

Por tanto, tampoco es legal no admitir el pago con algunos billetes como los de 200 o de 500 euros, salvo que exista un reglamento que lo ampare, como ocurre en los servicios públicos de autobús, metro o taxi, aunque **con la excepción del artículo 7.1 del Código Civil marca "los derechos deberán ejercitarse conforme a las exigencias de la buena fe"**, es decir, se debería preguntar previamente si hubiera cambio para este tipo de billetes, por lo tanto, no puede rechazarse de antemano.

Legislación Nacional. Pagos con Tarjeta

El Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre*, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera, obliga a las entidades bancarias a ofrecer medios técnicos a terceros para poder acceder a los datos de pago de sus clientes. Así, se establece un sistema de seguridad llamado "Autenticación Reforzada del Cliente (SCA Strong Customer Authentication)": **la autenticación basada en la utilización de dos o más elementos categorizados como conocimiento** (algo que solo conoce el usuario), **posesión** (algo que solo posee el usuario) e **inherencia** (algo que es el usuario), que son independientes –es decir, que la vulneración de uno no compromete la fiabilidad de los demás–, y concebida de manera que se proteja la confidencialidad de los datos de identificación, con el fin de que la entidad pueda controlar quién y cuándo se accede a dicha información.

En otras palabras, será necesario **reforzar la autenticación** de pagos con tarjeta. De cara a los comercios, a la hora de abonar una **compra superior a treinta euros**, habrá que pedir al cliente **dos elementos que lo identifiquen entre tres posibles**:

- **Algo que posea físicamente** (DNI, pasaporte o tarjeta bancaria).

- **Algo que solo sea del comprador** (pin, contraseña o número de teléfono donde recibir un sms, lo que se estima que sea el método más recurrente).
- **Algo inherente que existe para identificarle** (huella digital, rasgos faciales, por ejemplo, cuando se acepten pago con smartphones).

Además, **también se podría requerir la doble autenticación en pagos inferiores a 30 euros** si ya se han realizado al menos cinco veces o si ya se han superado los 100 euros en compras tras la última vez que se solicitó este paso adicional.

Legislación Nacional. Entrega de los bienes comprados mediante un contrato de venta y transmisión del riesgo

1. Salvo que las partes acuerden otra cosa, el **empresario entregará los bienes** mediante la transmisión de su posesión material o control al consumidor y usuario, sin ninguna demora indebida y **en un plazo máximo de 30 días naturales a partir de la celebración del contrato.**



* Escanee este código QR para acceder al Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre.

2. Si el empresario no cumple su obligación de entrega, el consumidor y usuario lo emplazará para que cumpla en un plazo adicional adecuado a las circunstancias. **Si el empresario no hace entrega de los bienes en dicho plazo adicional, el consumidor y usuario tendrá derecho a resolver el contrato.**

Lo dispuesto en este apartado no será aplicable cuando el empresario haya rechazado entregar los bienes o el plazo de entrega sea esencial a la vista de todas las circunstancias que concurran en su celebración o cuando el consumidor y usuario informe al empresario, antes de la celebración del contrato, de que es esencial la entrega antes de una fecha determinada o en una fecha determinada. En tales casos, si el empresario no cumple su obligación de entrega de los bienes en el plazo acordado con el consumidor y usuario, o en el plazo fijado en el apartado 1, el consumidor y usuario tendrá derecho a resolver el contrato de inmediato.

3. Cuando se haya resuelto el contrato, el empresario deberá proceder a reembolsar, sin ninguna demora indebida, todas las cantidades abonadas por el consumidor y usuario en virtud del mismo. En caso de retraso injustificado en cuanto a la devolución de las cantidades, el consumidor y usuario podrá reclamar que se le pague el doble de la suma adeudada, sin perjuicio de su derecho a ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos en lo que excedan de dicha cantidad.

4. Corresponde al empresario la carga de la prueba sobre el cumplimiento de los plazos a que se refiere el artículo 66 bis de la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Con-

sumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

Cuando el empresario envíe al consumidor y usuario los bienes comprados, el riesgo de pérdida o deterioro de éstos se transmitirá al consumidor y usuario cuando él o un tercero por él indicado, distinto del transportista, haya adquirido su posesión material. No obstante, en caso de que sea el consumidor y usuario el que encargue el transporte de los bienes o el transportista elegido no estuviera entre los propuestos por el empresario, el riesgo se transmitirá al consumidor y usuario con la entrega de los bienes al transportista, sin perjuicio de sus derechos frente a éste



Legislación Nacional. Factura simplificada o "tique de compra"

Desde el 1 de enero del año 2013, con la finalidad de establecer un sistema armonizado de facturación, en el sentido marcado por la Directiva 2010/45/UE, y de promover y facilitar el funcionamiento de los pequeños y medianos empresarios, así como de los profesionales, **se establece un sistema de facturación basado en dos tipos de facturas: la factura completa u ordinaria y la factura simplificada, que viene a sustituir a los denominados tiques.**

La factura simplificada es un comprobante de pago que se utiliza en compras con consumidores o usuarios finales, y solo se puede hacer en la moneda nacional. Es decir, se trata de un documento **que sirve como justificante de una compraventa** y que se entrega a un particular (consumidor final) como prueba de su compra.

Este es el contenido de la factura simplificada que debe incluir de forma obligatoria:



La obligación de expedir factura podrá ser cumplida mediante la expedición de factura simplificada y copia de esta en cualquiera de los siguientes supuestos:

- En operaciones con importe inferior a 400 euros (IVA incluido).
- Cuando debe expedirse una factura rectificativa.
- En operaciones con importe inferior 3.000 euros (IVA incluido) en el caso de alguna actividades como comercio al por menor, venta de productos y servicios a domicilio o ambulancia, transporte de personas y equipajes, hostelería, restauración y salas de ocio nocturno, servicios telefónicos como cabinas o tarjetas que no identifican al portador, peluquerías, centros de belleza, tintorerías y lavanderías, uso de instalaciones deportivas, aparcamiento de vehículos y autopistas de peaje y servicios de revelado de fotografías, de estudios fotográficos o alquiler de películas.

Datos fiscales del emisor: Nombre, NIF y dirección fiscal

Número de serie de la factura

Fecha de emisión de la factura. Si la fecha de operación es distinta, hay que incluirla también

Identificación del **producto o servicio prestado** (no es necesario incluir muchos detalles)

Importe total.

Tipo de IVA aplicado. Si hay varios tipos de IVA, hay que especificarlos por separado junto con la base imponible de cada uno.

¿para qué sirven exactamente las facturas o tiques de compra?

Justifican el importe de una compra en caso de necesitar demostrarlo. Esto puede ocurrir, por ejemplo, en caso de incendio, para poder cobrar el seguro, o en el caso de querer **desgravar gastos deducibles en el IRPF***.

Son **indispensables a la hora de solicitar cambios o devoluciones**, ya que atestiguan que se hizo la compra de un producto o servicio, así como la cantidad que se pagó por ello y la fecha en la que se hizo.

También suele servir como garantía. En este caso, **estar en posesión del tique de caja o factura es esencial para solicitar los derechos como compradores.**

VI. ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN DE VENTAS

Tendrán la consideración de actividades de promoción de ventas las **ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio y las ofertas de venta directa.**

Queda 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.

Las **actividades de promoción de ventas podrán simulta-**

nearse en un mismo establecimiento comercial, excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.

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. A estos efectos no se tendrá en consideración el precio que hubiese podido ser aplicado, con la finalidad de reducir el desperdicio alimentario, sobre productos idénticos cuyas fechas de caducidad o consumo preferente estuviesen próximas a vencer.

En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas podrá condicionarse a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.

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



* Escanee este código QR para conocer los gastos deducibles en el IRPF

Legislación Nacional. Venta en Rebajas

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

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

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

Por otra parte, **la duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante**. Quedando especialmente prohibido ofertar, como rebajados, artículos deteriorados.

Legislación Nacional. Venta de Saldos

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

No cabe calificar como venta de saldos la de los productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden

realmente por precio inferior al habitual. **Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de «venta de restos».**

Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible.

Legislación Nacional. Venta en Liquidación

Se entiende por venta en liquidación, **la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos** que, anunciada con esta denominación u otra equivalente es llevada a cabo por el comerciante en alguno de los casos siguientes:

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



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

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

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

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

No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de productos similares a la anterior en el curso de los tres años siguientes, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

VII. VENTA A DISTANCIA

1. Se entienden aquellos contratos celebrados a distancia con los consumidores y usuarios en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, y en el que se hayan utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato y en la propia celebración del mismo.

Entre otras, tienen la consideración de técnicas de comuni-

cación a distancia: el correo postal, Internet, el teléfono o el fax.

2. Serán también de aplicación a los siguientes contratos celebrados con consumidores y usuarios fuera del establecimiento mercantil:

a) **Contratos celebrados** con la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, **en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario**.

b) Contratos en los que el consumidor y usuario ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a).

c) **Contratos celebrados en el establecimiento mercantil del empresario o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia** inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor y usuario en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del empresario, con la presencia física simultánea del empresario y el consumidor y usuario.

d) **Contratos celebrados durante una excursión organizada** por el empresario con el fin de promocionar y vender productos o servicios al consumidor y usuario.

3. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 10 y del carácter irrenunciable de los derechos reconocidos al consumidor y usuario en este título, **serán válidas las cláusulas contractuales que sean más beneficiosas para el consumidor y usuario**.

Todos los contratos y ofertas celebrados fuera del establecimiento mercantil se presumen sometidos a las disposiciones de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, **correspondiendo al empresario la prueba en contrario**.

Legislación Nacional. Derecho de Desistimiento

El derecho de desistimiento de un contrato es la facultad del consumidor y usuario de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándose así a la otra parte contratante en el plazo establecido para el ejercicio de ese derecho, **mínimo de 14 días naturales tanto para los contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil como para los celebrados a distancia, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase.**

El ejercicio del derecho de desistimiento no estará sujeto a formalidad alguna, se considerará válidamente ejercitado mediante el envío del documento de desistimiento o mediante la devolución de los productos recibidos.

El plazo mínimo de 14 días naturales para ejercer este derecho de desistimiento se computará desde la recepción del bien u objeto del contrato o, en su caso, desde la celebración de este si el objeto del contrato fuera la prestación de algún tipo de servicio.

Si el empresario no hubiera cumplido con el deber de información y documentación sobre el derecho de desistimiento, el plazo para su ejercicio finalizará **12 meses después de la fecha de expiración del periodo de desistimiento inicial**, a contar desde que se entregó el bien contratado o se hubiera celebrado el contrato, si el objeto de éste fuera la prestación de servicios. **Si el deber de información y documentación se cumple durante el citado plazo de doce meses, el plazo legalmente previsto para el ejercicio del derecho de desistimiento empezará a contar desde ese momento.**

En caso de ser necesario, **corresponde al consumidor y usuario probar que ha ejercitado su derecho de desistimiento.** En el caso de las personas consumidoras vulnerables,

se facilitará a prueba del ejercicio del derecho de desistimiento bastando una afirmación de parte en plazo.

En caso de no encontrarse disponible el bien o servicio contratado, el consumidor deberá ser informado de esta falta de disponibilidad y deberá poder recuperar sin ninguna demora indebida la suma que haya abonado.

En caso de retraso injustificado por parte del empresario respecto a la devolución de las sumas abonadas, el consumidor y usuario podrá reclamar que se le pague el doble del importe adeudado, sin perjuicio a su derecho de ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos en lo que excedan de dicha cantidad.

La falta de ejercicio del derecho de desistimiento en el plazo fijado no será obstáculo para el posterior ejercicio de las acciones de nulidad o resolución del contrato cuando procedan conforme a derecho.

Legislación Nacional. Sustitución del bien o servicio contratado a distancia

De no hallarse disponible el bien o servicio contratado, cuando el consumidor y usuario hubiera sido informado expresamente de tal posibilidad, **el empresario podrá suministrar sin aumento de precio un bien o servicio de características similares que tenga la misma o superior calidad a la del adquirido inicialmente.**

En este caso, el consumidor y usuario podrá ejercer sus derechos de desistimiento y resolución en los mismos términos que si se tratara del bien o servicio inicialmente requerido.

VIII. BOLSAS DE PLÁSTICO

Legislación Nacional.

La temática referida a las bolsas de plástico queda regulada en el **Real Decreto 293/2018, de 18 de mayo***, sobre reducción del consumo de bolsas de plástico y por el que se crea el Registro de Productores. **El objeto de la normativa es adoptar medidas para reducir el consumo de bolsas de plástico, con la finalidad de prevenir y reducir los impactos adversos que los residuos generados por dichas bolsas de plástico producen en el medio ambiente.**

A partir del 1 de enero de 2021 está prohibido la entrega de bolsas de plástico ligeras y muy ligeras al consumidor en los puntos de venta de bienes o productos, excepto si son de plástico compostable. Los comerciantes podrán también optar por otros formatos de envase para sustituir a las bolsas de plástico. Todas las medidas incluidas afectarán tanto a las bolsas de plástico que se entreguen en los puntos de venta de bienes o productos como a las que puedan suministrarse en la venta online, así como a las entregadas a domicilio.

Se excluyen los sobres de plástico empleados para las ventas a distancia, si bien éstos deberán ser considerados envases si cumplen con la definición de envase y sus ejemplos establecida en la **Ley 11/1997, de 24 de abril de Envases y Residuos de Envases***.

- Las bolsas de plástico muy ligeras son las bolsas de menos de 15 micras.
- Las bolsas de plástico ligeras son aquellas que se entregan al consumidor en los puntos de venta y tienen espesor inferior a 50 micras.



* Escanee este código QR para descargar el cartel



* Escanee este código QR para acceder al Real Decreto 293/2018, de 18 de mayo.



* Escanee este código QR para acceder a la Ley 11/1997 de 24 de abril de Envases y Residuos de Envases.

Legislación Nacional. Sanciones

El incumplimiento de lo dispuesto en este real decreto será sancionado de conformidad con lo establecido en **la Ley 22/2011, de 28 de julio***, de residuos y suelos contaminados.

Los comerciantes tienen obligación de informar a los consumidores de los precios establecidos para las bolsas de plástico

IX. DEVOLUCIONES

Legislación Nacional. Política de Devoluciones

No hay **ninguna obligación legal del comercio a devolver el dinero una vez efectuada la compra**, aunque es una práctica generalizada la devolución del producto mediante la entrega de vales como un servicio que ofrece el comercio para fidelizar a sus clientes o usuarios.

De forma que, **solo en los casos en los que figure en el contrato o en la publicidad del comercio existe la obligación de devolver el dinero.**

Sin embargo, **la excepción está en si el producto estuviese defectuoso o en mal estado, pues aquí el comerciante si**

tiene la obligación de reemplazarlo por un producto de las mismas características.

El reintegro de la cantidad desembolsada **se aplicará cuando la reparación o sustitución del producto defectuoso no fueran posibles o no se pudiera realizar en un plazo razonable.**

En cualquiera de estos casos, resulta **obligatorio la presentación del tique de compra** para la correspondiente **devolución.**



* Escanee este código QR para acceder a la Ley 22/2011, de 28 de julio



X. GARANTÍA Y SERVICIOS POSTVENTA

Legislación Nacional. Garantía Legal

La garantía legal, ante las faltas de conformidad, comporta estos derechos:

- ✓ Derecho de devolución.
- ✓ Derecho de reparación.
- ✓ Derecho a la rebaja del precio.
- ✓ Derecho a la resolución del contrato.

El plazo de garantía legal empieza a partir de la fecha que aparece en el tique o factura de compra, o en la del albarán si la entrega es posterior.

El vendedor es el quien responde de las faltas de conformidad o defectos producidos durante el plazo de garantía.

Sólo en casos en que a la persona consumidora le resulte imposible o le suponga una carga excesiva dirigirse a la persona que lo vende (en casos, por ejemplo, de cierre de la tienda donde se adquirió el producto o bien de compra en otra región o país europeo distinto), **podrá directamente reclamar y exigir sus derechos a la entidad fabricante o productora.**

Toda persona consumidora que encuentre falta de conformidad o defectos en productos en garantía podrá optar por exigir la reparación o la sustitución del producto, salvo que una de estas opciones sea objetivamente imposible o desproporcionada.

“ El vendedor de los bienes responderá de la falta de conformidad de los mismos con el contrato de compraventa, en los términos definidos por la legislación vigente. ”

“ Durante el periodo de garantía tanto la reparación como la sustitución serán gratuitos para la persona consumidora, así como todo coste relacionado con las mismas. ”



La rebaja del precio o la resolución del contrato procederán, a elección de la persona consumidora:

- ✓ Cuando la reparación o sustitución del producto defectuoso no fueran posibles.
- ✓ Cuando la reparación o sustitución del producto defectuoso no se realizarán en un plazo razonable o sin mayores inconvenientes para la persona consumidora.

La rebaja del precio deberá ser proporcional a la diferencia que haya entre:

- ✓ El valor del producto no defectuoso.
- ✓ El valor del producto con el defecto cuando fue entregado a la persona consumidora.

Las medidas correctoras para la puesta en conformidad se ajustarán a las siguientes reglas:

a. Serán gratuitas para el consumidor o usuario. Dicha gratuidad comprenderá los gastos necesarios en que se incurra para que los bienes sean puestos en conformidad, especialmente los gastos de envío, transporte, mano de obra o materiales.

b. Deberán llevarse a cabo en un plazo razonable a partir del momento en que el empresario haya sido informado por el consumidor o usuario de la falta de conformidad.

c. Deberán realizarse sin mayores inconvenientes para el consumidor o usuario, habida cuenta de la naturaleza de

los bienes o de los contenidos o servicios digitales y de la finalidad que tuvieran para el consumidor o usuario.

El consumidor o usuario ejercerá el derecho a resolver el contrato mediante una declaración expresa. La resolución no procederá cuando la falta de conformidad o defecto sea de escasa importancia.

Plazos

En el caso de contrato de compraventa de bienes o de suministro de contenidos o servicios digitales suministrados en un acto único o en una serie de actos individuales, **el empresario será responsable de las faltas de conformidad que existan en el momento de la entrega o del suministro y se manifiesten en un plazo de 3 años desde la entrega en el caso de bienes o de 2 años en el caso de contenidos o servicios digitales.**

En los bienes de segunda mano, el empresario y el consumidor o usuario podrán pactar un plazo menor al indicado en el párrafo anterior, que no podrá ser inferior a 1 año desde la entrega.

Carga de la prueba durante los dos primeros años:

Salvo prueba en contrario, **se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en los 2 años siguientes a la entrega del bien o en el año siguiente al suministro del contenido o servicio digital** suministrado en un acto único o en una serie de actos individuales, **ya existían cuando el bien se entregó o el contenido o servicio digital se suministró**, excepto cuando para los bienes esta presunción sea incompatible con su naturaleza o la índole de la falta de conformidad.

En los bienes de segunda mano, el empresario y el consumidor y usuario **podrán pactar un plazo de presunción menor al indicado en el párrafo anterior, que no podrá ser inferior al período de responsabilidad pactado por la falta de conformidad.**

Carga de la prueba a partir del tercer y último año:

El comprador tiene que demostrar que el defecto es de origen, recayendo sobre él la carga de la prueba. El cliente debe ser quien demuestre que el defecto del producto existía al tiempo de la compra, por ejemplo con un informe pericial.

Prescripción de la acción

La acción para reclamar prescribirá a los 5 años desde la manifestación de la falta de conformidad.

Garantía Comercial

Es todo compromiso asumido por un empresario o un productor (el "garante") frente al consumidor o usuario, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado o de sustituir, reparar o prestar un servicio de mantenimiento relacionado con el bien o el contenido o servicio digital, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro requisito no relacionado con la conformidad del bien o del contenido o servicio digital con el contrato, enunciados en la declaración de garantía o en la publicidad, disponible en el momento o antes de la celebración del contrato.

Toda garantía comercial será vinculante para el garante en las condiciones establecidas en la declaración de garantía comercial y en la publicidad asociada disponible en el momento de la celebración del contrato o antes de dicha celebración.

La declaración de garantía comercial se entregará al consumidor o usuario en un soporte duradero a más tardar en el momento de entrega de los bienes y estará redactada, al menos, en castellano, de manera clara y comprensible.



Reparación y servicios posventa

1. El productor **garantizará**, en todo caso, la existencia de un **adecuado servicio técnico, así como de repuestos durante el plazo mínimo de diez años a partir de la fecha en que el bien deje de fabricarse.**

2. **Queda prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones.** La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público, así como la del resto de servicios aparejados, debiéndose diferenciar en la factura los diferentes conceptos.

3. **La acción o derecho de recuperación de los bienes entregados por el consumidor o usuario al empresario para su reparación prescribirá un año después del momento de la entrega.** Reglamentariamente, se establecerán los datos que deberá hacer constar el empresario en el momento en que se le entrega un bien para su reparación y las formas en que podrá acreditarse la mencionada entrega.

XI. RECLAMACIONES

Legislación Autonómica. Hoja de Quejas y Reclamaciones

Según el Decreto 82/2022, de 17 de mayo, por el que se regulan las hojas de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en la Comunidad Autónoma de Andalucía:

1. Las personas consumidoras o usuarias tienen derecho a obtener y presentar hojas de quejas y reclamaciones a las empresas titulares de las actividades que comercialicen bienes o presten servicios en Andalucía, para expresar su disconformidad o desagrado, efectuar una reclamación o una denuncia en sus relaciones de consumo.

2. Para el ejercicio de este derecho, las personas consumidoras y usuarias podrán optar de manera indistinta por el uso del Sistema de Hojas Electrónicas de Quejas y Reclamaciones o por la presentación de la hoja de quejas y reclamaciones en soporte papel.

También deberá llevar consigo y poner a disposición de las personas consumidoras y usuarias las correspondientes hojas de quejas y reclamaciones cuando la venta sea fuera del establecimiento mercantil, a distancia, mediante dispositivos automáticos o telemática.

En todos los centros y establecimientos existirá, de modo permanente y perfectamente visible y legible, un cartel en el que se anuncie que existen hojas de quejas y reclamaciones, en soporte papel y electrónico, a disposición de

quienes las soliciten. El cartel se colocará en las zonas de entrada y, en su caso, de salida de los establecimientos o centros, así como en las zonas de atención a la clientela. En caso de existir varios locales, físicamente independientes, se colocará un cartel en cada uno de ellos.

Si por la actividad desarrollada no existieran dependencias fijas donde se comercialicen bienes o se presten servicios, deberá hacerse constar la información de las hojas de quejas y reclamaciones de forma perfectamente legible en las ofertas, propuestas de contratación, presupuestos, contratos, facturas, resguardos de depósito, páginas webs, aplicaciones telemáticas de contratación y cualquier otro documento que se entregue, en el ejercicio de la actividad de comercialización o prestación, a las personas consumidoras y usuarias.

En todos los establecimientos existirá, de modo permanente y perfectamente visible y legible, un cartel en el que se anuncie que existen hojas de quejas y reclamaciones a disposición de quienes las soliciten. El cartel se colocará en las zonas de entrada o de salida de los establecimientos, así como en las zonas de atención a la clientela.

Hojas de quejas y reclamaciones en soporte papel

1. El modelo de hojas de quejas y reclamaciones en soporte papel **estará integrado por un juego unitario de impresos autocallables por triplicado.**
2. Los libros o carpetas en sus portadas y los juegos de hojas de quejas y reclamaciones **deberán estar sellados mediante un sistema de autenticación basado en códigos de barras y numérico** de acuerdo con el modelo establecido en el Anexo I de la ley.
3. Las personas consumidoras y usuarias también tendrán a su disposición las hojas de quejas y reclamaciones en el portal web **www.consumoresponde.es.**

Solicitud de la hoja de quejas y reclamaciones en soporte papel

Las personas consumidoras o usuarias podrán solicitar la entrega de un juego de hojas de quejas y reclamaciones a cualquier persona empleada en el centro o establecimiento que comercialice el bien o preste el servicio. **La entrega será obligatoria, inmediata y gratuita, aunque la parte reclamada no haya llegado a realizar entrega de bienes ni prestación de servicios alguna.**

En el caso de comercialización de bienes o prestación de servicios realizados fuera de los establecimientos o centros, las hojas de quejas y reclamaciones deberán entregarse además obligatoria, inmediata y gratuitamente, **en el lugar donde**

se produzca la venta o prestación de los servicios, a petición de la persona consumidora o usuaria.

Presentación de quejas y reclamaciones a través del Sistema de Hojas Electrónicas de Quejas y Reclamaciones.

Una vez presentada la queja o reclamación mediante el Sistema de Hojas Electrónicas de Quejas y Reclamaciones, **la aplicación facilitará instantáneamente el correspondiente acuse de recibo y remitirá un correo electrónico comunicando la entrada de la queja o reclamación a la parte reclamada, a fin de que ésta acceda a su contenido.**

El sistema depositará en la dirección electrónica de la parte reclamante un correo indicándole el momento en que la reclamada accede al contenido de su queja o reclamación.



EXISTEN
HOJAS DE
RECLAMA
A DISPOSIC
DEL CLIENTE
O USUARIO
LA DIRECCIÓN

Obligación de contestación en plazo y forma

Cualquiera que sea el soporte, papel o electrónico, para la presentación de una hoja de quejas y reclamaciones, **la empresa titular de la actividad que la reciba deberá contestar directamente a la persona reclamante mediante escrito razonado y por cualquier medio**, incluido el correo electrónico proporcionado por la persona reclamante, de manera que quede constancia de la fecha de remisión de dicha respuesta, **en el plazo máximo de diez días hábiles desde el día de la recepción de la misma**.

El incumplimiento de la obligación de contestar en plazo constituirá una infracción tipificada en el artículo 71.8.3.º de la Ley 13/2003, de 17 de diciembre.

En el escrito de respuesta **la empresa titular de la actividad propondrá una solución a la queja o reclamación planteada o**, en su caso, fundamentará las razones por las que no se atiende una queja o reclamación. **Asimismo, deberá manifestar expresamente si acepta o no resolver la controversia a través de la mediación o el arbitraje de consumo.**

Presentación de quejas o reclamaciones ante personas físicas o jurídicas que carezcan, no faciliten o no reciban las hojas de quejas y reclamaciones

1. La negativa, por parte de las personas obligadas, a facilitar, acusar recibo mediante su firma, sellado u otro medio similar, a recibir las hojas de quejas y reclamaciones, así como el hecho de carecer de ellas, **no imposibilitará el ejercicio**

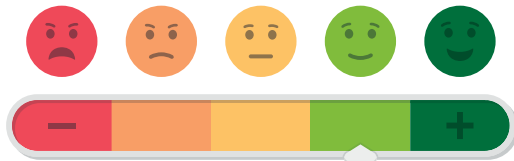
del derecho a reclamar de la persona interesada, pudiendo ésta remitir su queja o reclamación a través de cualquier medio que permita acreditar su recepción.

2. La persona que desee reclamar podrá solicitar el auxilio de las fuerzas y cuerpos de seguridad competentes más próximos, a fin de que hagan constar la negativa de las personas titulares de la actividad a facilitar, acusar recibo, recibir las hojas de quejas y reclamaciones, la inexistencia de éstas o la negativa a la posibilidad de cumplimentarlas fuera del establecimiento.

3. La negativa a facilitar las hojas de quejas y reclamaciones oficiales o la inexistencia de estas, constituirá la infracción tipificada en el artículo 71.8. 1.º y 2.º de la Ley 13/2003, de 17 de diciembre.

Transcurrido el plazo máximo de 10 días sin recibir contestación, o recibida y no estando de acuerdo con la misma, la persona consumidora o usuaria podrá remitir el ejemplar «para la Administración» de la hoja de quejas y reclamaciones a la Oficina Municipal de Información al Consumidor, en adelante OMIC, correspondiente a su domicilio de residencia habitual o, en el caso de que no exista OMIC, a la Delegación Territorial o Provincial de la Consejería competente en materia de consumo, para su correspondiente tramitación.

El plazo para la tramitación de una reclamación será de tres meses contados desde la fecha en que la reclamación haya tenido entrada en la OMIC o en la Delegación Territorial o Provincial de la Consejería competente en materia de consumo.



“ **Las previsiones relativas al Sistema de Hojas Electrónicas de Quejas y Reclamaciones, entrarán en vigor cuando lo haga la Orden reguladora del Sistema de Hojas Electrónicas de Quejas y Reclamaciones.** ”

XII. SISTEMA ARBITRAL

El Sistema Arbitral de Consumo es un servicio público mediante el que las personas consumidoras y usuarias finales pueden resolver sus conflictos de consumo de una manera gratuita, sencilla y objetiva. Requiere la aceptación voluntaria de la empresa o profesional reclamado. El laudo que se dicte resuelve la controversia de manera definitiva, es irrecurable, ejecutivo y excluye la vía judicial.

La persona consumidora o usuaria deberá acompañar la solicitud de arbitraje de, en su caso, la factura o justificante de pago, el contrato, los folletos informativos, el documento de garantía y cuantas pruebas o documentos sirvan para facilitar la valoración de los hechos.

Requisitos

1. Es necesario ser persona consumidora o usuaria final (quedan excluidas, por tanto, para solicitar arbitraje las empresas, profesionales y autónomos).
2. No ha de haberse interpuesto reclamación por el

por el mismo asunto en otra Junta Arbitral, Juzgado, Tribunal ni Administración Pública con competencias en la materia.

3. Ha de ostentarse la **legitimación necesaria** con relación al conflicto planteado.
4. El conflicto **ha de afectar a los derechos y intereses legítimos conforme a la normativa aplicable**, conforme a la pretensión a la que la solicitud se refiere.

5. Ha de conocerse que la decisión que se adopte en el **laudo arbitral tiene carácter vinculante**, impide acudir posteriormente a la vía judicial y no es susceptible de recurso salvo la acción de anulación por los motivos tasados en el artículo 41 de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

La resolución adopta la forma de **Laudo arbitral que no es un acto administrativo sino de jurisdicción similar a un fallo judicial**. Por eso el silencio no es ni positivo ni negativo y hasta que no se dicte y notifique no se producen efectos.

“ **El arbitraje ofrece rapidez (máximo 90 días), es gratuito (salvo gastos de peritaje en los casos necesarios) y sus resoluciones o laudos son de obligatorio cumplimiento.** ”



* Escanee este código QR para informarse sobre el Sistema Arbitral de Consumo

XIII. RÉGIMEN SANCIONADOR

Competencias sancionadoras. Legislación Nacional

Las **Administraciones Públicas comprobarán el cumplimiento de lo dispuesto según la ley, a cuyo fin podrán desarrollar las actuaciones inspectoras precisas en las correspondientes empresas.** También sancionarán, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades que puedan concurrir.

La **competencia sancionadora corresponderá a las respectivas Comunidades Autónomas.** Aunque en ningún caso se podrá imponer una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse demás las responsabilidades que se deduzcan de otros hechos.

Competencias sancionadoras. Legislación Autonómica

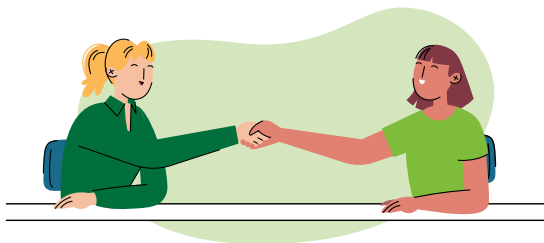
Según el artículo 79 de la Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía, corresponde a **la Administración de la Junta de Andalucía ejercerá la potestad sancionadora respecto a las infracciones tipificadas** en este título, previa instrucción del correspondiente procedimiento sancionador.

El ejercicio de la **potestad sancionadora corresponderá a los órganos que se determinen reglamentariamente.**

El plazo para resolver y notificar la resolución expresa de los procedimientos sancionadores por las infracciones establecidas en la presente Ley será de diez meses, a contar desde la fecha del acuerdo de inicio. Transcurrido dicho plazo sin que se hubiera dictado y notificado la resolución, se producirá la caducidad del mismo. En el caso de que la infracción no hubiese prescrito, deberá iniciarse un nuevo procedimiento.

La **responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en el presente texto refundido corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de las empresas y actividades comerciales de que se trate,** así como a los promotores de establecimientos comerciales sujetos a la obtención de la previa autorización.

Se podrá acordar motivadamente el **cierre de establecimientos e instalaciones que no cuenten con las correspondientes licencias,** así como la suspensión de la actividad comercial hasta que se cumplan los requisitos exigidos para su ejercicio. Asimismo, también, se podrá acordar la paralización de las obras cuando no se haya otorgado la referida licencia.



HORARIO COMERCIAL

LUNES A VIERNES
De 10:00 a 14:00 h.
17:00 a 20:00 h.

SÁBADOS
10:00 a 15:00 H.

Infracciones leves. Legislación Autonómica

- a.** El ejercicio simultáneo de actividades de venta mayorista y minorista con incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5.2 del presente texto refundido.
- b.** El incumplimiento de la obligación de informar al público, o de hacerlo de modo visible, de los días y horas de apertura y cierre del establecimiento comercial, conforme a lo establecido en el artículo 17 del presente texto refundido sobre la publicidad de horarios comerciales.
- c.** El incumplimiento de los requisitos particulares exigidos para el ejercicio de las ventas especiales reguladas en los capítulos II y III del título V del presente texto refundido, siempre que no esté calificado como infracción grave o muy grave.
- d.** La realización de ventas en rebajas fuera del período estacional anunciado por el comerciante, así como el anuncio de venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos en el mismo, salvo que se anuncie cada producto o artículo en concreto.
- e.** El incumplimiento del deber de información relativo a la reducción del precio de venta al público del producto de conformidad con lo establecido en el artículo 78 del presente texto refundido.
- f.** Derogado.
- g.** El incumplimiento de los demás requisitos, obligaciones y prohibiciones contenidos en este texto refundido, así como los que, en ejecución del mismo, se establezcan en la normativa de desarrollo, siempre que no esté calificado por este texto refundido como infracción grave o muy grave.

Infracciones graves. Legislación Autonómica

Se considerarán **infracciones graves** las siguientes:

a. La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades competentes o sus agentes, en orden al cumplimiento de las funciones propias de la inspección en las materias a que se refiere el presente texto refundido, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.

b. El incumplimiento de la prohibición de limitar la adquisición de artículos a que se refiere el artículo 9 del presente texto refundido.

c. En materia de horarios comerciales:

1. La apertura de establecimiento comercial sujeto al régimen general de horarios en domingo o festivo no autorizado.
2. La apertura de establecimiento comercial sujeto al régimen general de horarios durante un período superior al horario semanal que esté permitido en virtud de la normativa de aplicación.
3. La apertura de establecimiento comercial sujeto al régimen general de horarios en domingo o festivo autorizado, por un tiempo superior a doce horas.

d. Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa, de acuerdo con lo dispuesto en la letra b) del apartado 1 del artículo 65 de la Ley 7/1996, de 15 de enero.

e. El incumplimiento de los plazos máximos de pago que contempla el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, así como la falta de entrega por las personas comerciantes a sus proveedores de un documento que lleve aparejada acción cambiaria, y la falta de entrega de un efecto endosable a la orden en los supuestos y plazos contemplados en el apartado 4 del mencionado artículo 17.

f. En cuanto a las ventas a distancia y on line.

g. En las ventas automáticas, el incumplimiento de cualquiera de los requisitos previstos en el artículo 51 de este texto refundido.

h. En cuanto a las ventas domiciliarias:

1. El incumplimiento de la obligación de informar a las personas consumidoras en la publicidad de la oferta sobre alguno de los extremos fijados por el artículo 56 del presente texto refundido.
2. El incumplimiento del régimen de protección de las personas consumidoras establecido en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, en el caso de contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, en lo que sea de aplicación para las ventas domiciliarias.

i. En cuanto a las ventas promocionales:

1. La falta de veracidad en los anuncios de las mismas, calificando indebidamente las correspondientes ventas u ofertas.
2. El falseamiento de la publicidad de su oferta, en los términos del artículo 61 del presente texto refundido.



3. Estar afectados los objetos ofertados en las ventas con prima, en rebaja o en liquidación, por alguna causa que reduzca su valor de mercado.
4. Modificar al alza, durante el período de duración de la oferta, el precio del producto, o disminuir la calidad del mismo, en los términos del artículo 64.1 del presente texto refundido.
5. El condicionamiento directo o indirecto de la entrega de un premio a la compra de otros productos.
6. La no disposición efectiva por la persona vendedora de existencias suficientes de los productos ofertados o, en su caso, de otros de similares condiciones y características, para satisfacer las demandas previsibles, de conformidad con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 64.4 del presente texto refundido.
7. El anuncio por la persona comerciante de una venta a precio rebajado sin disponer de existencias suficientes de productos idénticos para ofrecer al público, en las mismas condiciones prometidas, de conformidad con lo establecido en el artículo 67 del presente texto refundido.
8. La calificación como venta en rebajas de artículos deteriorados y de los adquiridos para esta finalidad.
9. La oferta de artículos que no estuvieran dispuestos en el establecimiento para la venta a su precio habitual con un mes de antelación a la fecha del inicio de la venta en rebajas.
10. La oferta como saldos de objetos cuyo valor de mercado no se encuentre manifiestamente disminuido como consecuencia de su deterioro, desperfecto, pérdida de actualidad o cualesquiera otras circunstancias que afecten a su naturaleza o a su utilidad.
11. La oferta de saldos en establecimientos que practiquen este tipo de ventas con carácter no habitual de productos adquiridos para tal fin, o que no hubieran estado puestos a la venta con anterioridad.
12. La realización de ventas en liquidación fuera de los casos expresamente regulados en el artículo 76 del presente texto refundido.

13. La venta en liquidación efectuada fuera del establecimiento comercial en el que los productos han sido objeto de venta, salvo en los casos establecidos legalmente.

j. El incumplimiento del deber de insertar expresamente en todos sus instrumentos promocionales la fórmula «establecimiento de venta de restos de fábrica» por parte de aquellos establecimientos que desarrollen la actividad comercial referida en el artículo 74 del presente texto refundido.

k. Realizar venta con pérdida, con excepción de los supuestos señalados en este texto refundido, e incumplir las normas sobre facturas que establece el artículo 14 de la Ley 7/1996, de 15 de enero.

l. La reiteración en infracciones leves. Se entenderá que existe reiteración, por la comisión de más de tres infracciones leves en el término de un año, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

m. La venta realizada en Ferias de Oportunidades en domingo o festivo no autorizado o con incumplimiento de lo dispuesto en la Sección 5.ª del Capítulo III del Título V del presente Texto Refundido.

Infracciones muy graves. Legislación Autonómica

Se considerarán **infracciones muy graves** las siguientes:

a. La reiteración en infracciones graves. Se entenderá que existe reiteración, por comisión en el término de un año de más de una infracción grave, cuando así haya sido declarada por resolución firme.

Cuantías de las multas. Legislación Autonómica

Las infracciones serán sancionadas con multa, cuya cuantía se establecerá de acuerdo con la siguiente graduación:

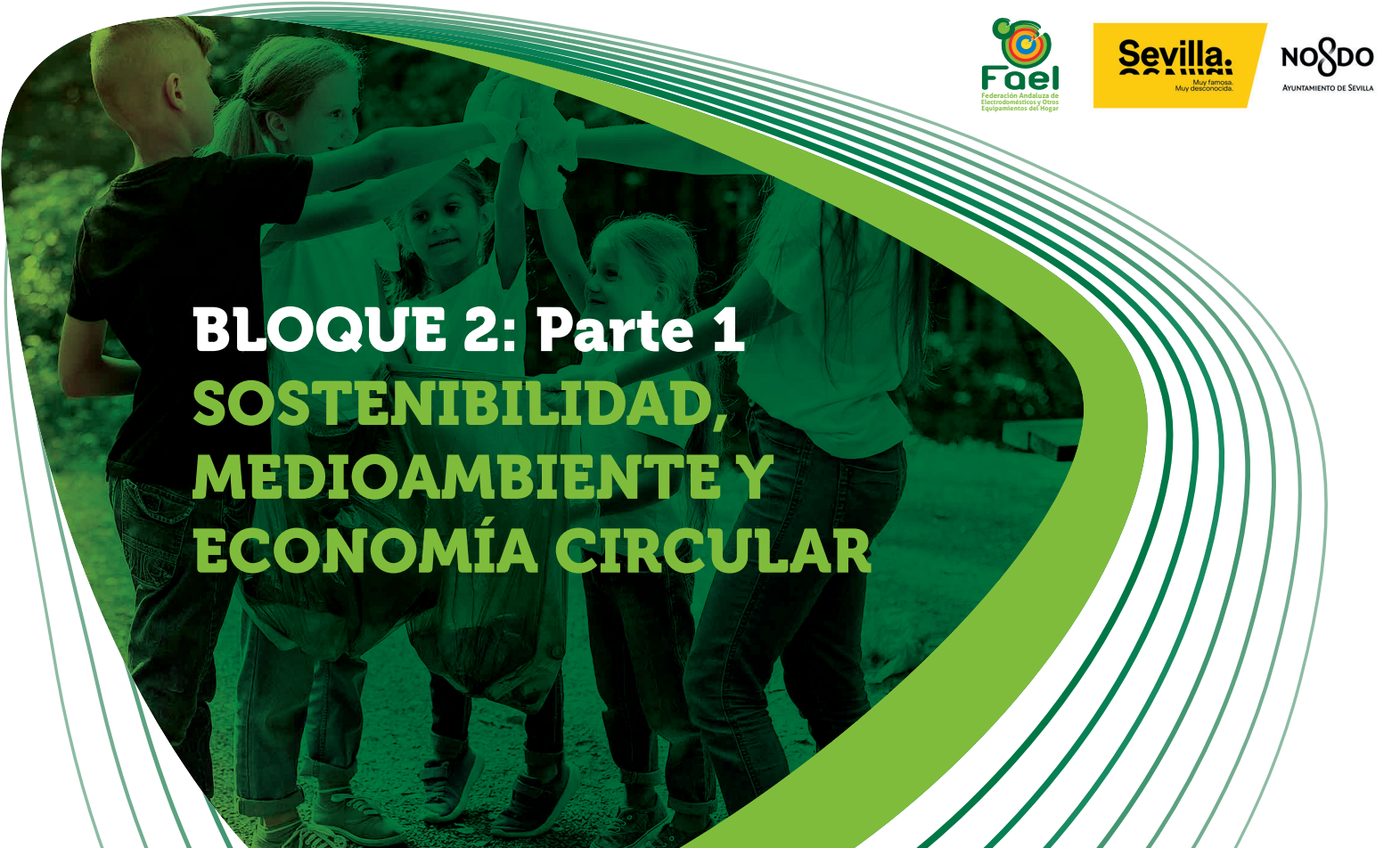
a. Las infracciones leves, con apercibimiento o multa de 150 € a 3.000 €.

b. Las infracciones graves, con multa desde 3.001 € hasta 45.000 €.

c. Las infracciones muy graves, con multa desde 45.001 € a 150.000 €. Esta última cantidad se podrá sobrepasar hasta alcanzar su décuplo, en el supuesto contemplado en el artículo 85.a) del presente texto refundido.

PRESCRIPCIÓN DE LAS INFRACCIONES
Las infracciones tipificadas en el presente texto refundido prescribirán, si fueran muy graves, a los tres años; si fueran graves, a los dos años; y si fueran leves, a los seis meses, de conformidad con lo establecido en el artículo 70 de la Ley 7/1996, de 15 de enero de Ordenación de Comercio Minorista.





BLOQUE 2: Parte 1
SOSTENIBILIDAD,
MEDIOAMBIENTE Y
ECONOMÍA CIRCULAR

I. Regulación en materia de RAEE

Ley 22/2011, 28 julio, de residuos y suelos contaminados.

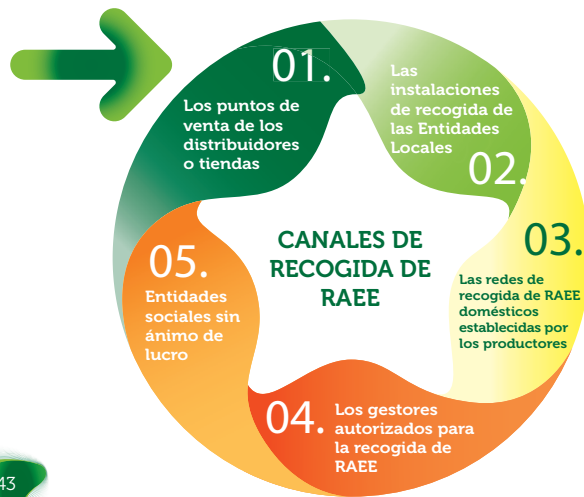
Directiva 2012/19/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 4 de julio de 2012 sobre RAEE.

Decreto 73/2012, de 22 marzo, por el que se regula el Reglamento de Residuos de Andalucía.

RD 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

RD 180/2015, de 13 de marzo, de traslados de residuos en el interior del territorio del Estado.

Real Decreto 27/2021, de 19 de enero, por el que se modifican el RD 106/2008, de 1 de febrero, sobre pilas y acumuladores y la gestión ambiental de sus residuos, y el RD110/2015 sobre residuos de aparatos eléctricos electrónicos.

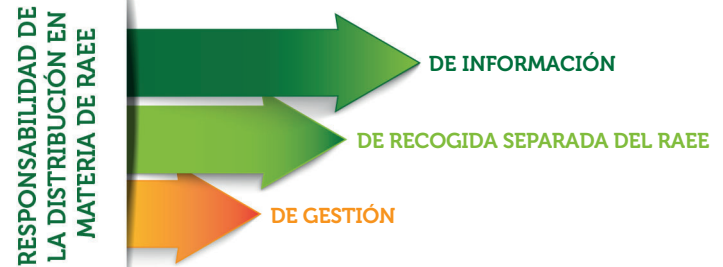


NOTA ACLARATORIA: Los distribuidores tienen la condición de poseedores del RAEE, así lo expresa el RD de RAEEs en su artículo 4, siendo responsables del residuo hasta la entrega al gestor de residuos, lo cual deberá ser acreditado documentalmente.

El distribuidor o comerciante no es quien, con motivo de su actividad, ha producido el residuo, simplemente lo recoge en un punto de recogida dentro de la red por imperativo legal. Por ello no son entidades que deban estar registradas por este sólo motivo en el registro de productores de residuos peligrosos de Andalucía, sin perjuicio de las obligaciones documentales que establece la normativa en materia de RAEEs.

II. Obligaciones en materia de RAEE

RD 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos



2.1. INFORMACIÓN

- **Difusión en el establecimiento de información relativa a la recogida gratuita del RAEE**, mediante cartelería o similar.
- En la **venta a distancia**, se recogerá esta información en **web** o instrumento que de soporte a dicha venta a distancia.
- Conocimiento del **número de identificación del productor** del Registro Integrado Industrial, para el caso en que así lo solicite el consumidor en el momento de la compra de un AEE (Art. 11.2 RD 110/2015).

2.2. RECOGIDA SEPARADA DEL RAEE

- **OBLIGACIÓN 1X1:** **Aceptar**, cuando los **usuarios adquieran un nuevo AEE doméstico, la entrega**, al menos de forma **gratuita, de un RAEE de tipo equivalente** o que haya realizado las mismas funciones que el aparato que se adquiere. Debe cumplirse esta obligación **cuando el RAEE sea entregado** por el usuario en el **punto de venta** del distribuidor (hasta 31 días siguientes a la venta) así como cuando el usuario realice esa entrega **en el hogar** al suministrarle el nuevo (Art. 22.1 RD 110/2015).
- Los puntos de venta con **superficie mayor a 400 m²**, obligación de **aceptar la entrega de residuos de RAEE muy pequeños**, y sin obligación de compra de un AEE de tipo equivalente. Las tiendas que no superen esta superficie, no están obligadas (Art. 22.2 RD 110/2015).
- **Albarán específico de recogida de RAEE.** En el supuesto de que la entrega de RAEE se realice en el momento de compra de un nuevo AEE los distribuidores emitirán un justificante o albarán de recogida de RAEE y entregarán una copia al usuario. Este albarán debe ir firmado por el cliente, con indicación si entrega RAEE o no (Art. 23.1 RD) 110/2015).



OPCIÓN 1X1																					
VALORACIÓN DE RESIDUOS DE RAEE ENTREGADOS EN EL MOMENTO DE ENTREGA DEL NUEVO AEE																					
Modelo anterior: Washing	Marca anterior: Whirlpool																				
Modelo del nuevo: Washing	Marca del nuevo: Whirlpool																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Material y destino</th> <th>Comentarios</th> <th>Unidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Plástico</td> <td>Washing</td> <td></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Categoría	Material y destino	Comentarios	Unidad	Plástico	Washing		1												
Categoría	Material y destino	Comentarios	Unidad																		
Plástico	Washing		1																		
Marcar siempre la casilla correspondiente con una X según entregue o no. Si no se marca en algún caso se entenderá como "No" (casilla marcada) y en el caso de que se marque "Sí" (casilla marcada) se entenderá como "Sí".																					
Entregado por: Washing	Entregado por: Washing																				
Entregado por: Washing	Entregado por: Washing																				
Firma del cliente: Washing																					

2.3. GESTIÓN DEL RAEE

● Almacenamiento temporal de los RAEE

Según establece el artículo 17, los distribuidores almacenarán los RAEE según lo previsto en dicho artículo, evitando apilamientos de equipos que puedan dañarse o romperse. Los distribuidores serán los poseedores de los RAEE, tal y como se indica en el artículo 4 del RD, por lo que **serán responsables**, en los términos previstos en el RD, **de los RAEE recogidos separadamente y, en su caso, almacenados temporalmente** en sus instalaciones hasta la entrega a los gestores de tratamiento.

Según establece el Anexo VII del RD, las condiciones generales de recogida y transporte permitirán la **preparación para la reutilización de los RAEE** y sus componentes y deberán evitar su rotura, exceso de apilamiento, emisión de sustancias o pérdidas de materiales y el vertido de aceites y líquidos.

En el Anexo VIII 1. Del RD se hace referencia a las condiciones de almacenamiento en las instalaciones de recogida, donde se destaca:



Protegidos de la intemperie



En un lugar seguro (para evitar robos)



Suelo impermeable



Sin desmontar y con todos sus componentes



Otras condiciones de almacenamiento a destacar:

- Básculas para pesar los RAEE a la salida de la instalación (nos trasladan desde la Consejería que, en el caso de no disponer de báscula, el peso de los RAEE podrá solicitarse al gestor final una vez que los mismos hayan tenido acceso a planta).
- Disponer de jaulas, contenedores y otros sistemas equivalentes que permitan depositar separadamente los RAEE.
- Aparatos grandes: evitar apilamientos excesivos.
- Procedimiento que eviten derrames.
- Estanterías, palés o contenedores bajo cubierta.
- Seguridad de control de acceso.
- Fracción lámparas mercurio: controlada y acondicionada.

- **Entrega del RAEE a un gestor autorizado** de residuos, dónde recibirá el tratamiento adecuado.
- **Recibir, por parte del gestor autorizado**, albarán de recogida de los RAEE almacenados.
- Garantizar la **trazabilidad del RAEE** – a través de la plataforma electrónica (realizada la gestión por el gestor de residuos que retira los RAEE).



III. Soluciones de recogida de RAEE para el distribuidor

OPCIÓN

01

Retirar el aparato antiguo y llevarlo a la **tienda** o a una **plataforma logística** donde será almacenado temporalmente (LOGÍSTICA INVERSA)

- ▶ No se considera traslado de residuos
- ▶ Convenio FAEL/Acuerdo con gestor

Regulado por el Real Decreto 110/2015, en su artículo 23.3

OPCIÓN

02

Retirar el aparato antiguo y llevarlo directamente a un gestor de residuos

- ▶ Se considera traslado de residuos
- ▶ Estar dado de alta como transportista de residuos
- ▶ Trámite de comunicación

Traslados directamente a gestor

Regulado por el Real Decreto 180/2015, de 13 de marzo, traslado de residuos en el interior del territorio del Estado

Trámite de Comunicación por el Distribuidor

En el supuesto de la OPCIÓN 2, el distribuidor tendrá que darse de alta como transportista profesional de RAEE, y realizar la correspondiente comunicación al órgano competente de la CCCA, según lo establecido en la Ley de Residuos y Suelos Contaminados:

Transporte de RAEE **desde los hogares o desde la tienda del distribuidor** a la plataforma logística o desde los hogares a la tienda del distribuidor donde será almacenado temporalmente: **no se considera un traslado de residuos**, por lo que **no tendrá que estar dado de alta como transportista** de residuos y le será de aplicación la regulación del Real Decreto RAEE. Este transporte de RAEE **podrá ser realizado por los transportistas que suministran el AEE nuevo y se acompañará del albarán.**

Transporte de RAEE **de los hogares particulares, de las tiendas o de la plataforma logística del distribuidor directamente a un gestor de almacenamiento o tratamiento de RAEE**: este transporte **si se considera un traslado** de residuos, el **transportista deberá de ser gestor de residuos**, le será de aplicación la regulación del Real Decreto de Traslados y deberá ir acompañado del documento de identificación. El gestor de destino será el operador del traslado y enviará electrónicamente al distribuidor/vendedor la referencia del documento de identificación del traslado.

Como
TRANSPORTISTA
PROFESIONAL

- ▶ UNICAMENTE si entrega los RAEE directamente en la planta de un GESTOR AUTORIZADO y realiza el traslado con los propios medios

Comunicación al inicio de la actividad ante el órgano competente de la CCAA (art. 29 Ley 22/2011, 28 de julio, de residuos y suelos contaminados)

IV. Plataformas logísticas de la Distribución

El RD RAEE 110/2015, impone a las plataformas logísticas la obligación de presentar una comunicación previa en la Comunidad Autónoma en la que estén ubicadas, con el contenido establecido en el Anexo X, y les impone igualmente la obligación de cumplir los requisitos de almacenamiento del Anexo VIII 1 (art.372).

¿Cuándo una instalación, vinculada a la distribución, se considera Plataforma Logística?

De acuerdo con la definición del art. 3.t del Real Decreto 110/2015, se entiende por "plataforma logística" la instalación de recogida y almacenamiento de RAEE en el ámbito de la distribución de AEE.

La plataforma logística será todo **almacén perteneciente al ámbito de la distribución de AEE en el que se puedan almacenar RAEE**, y que exclusivamente sería **punto de partida y de llegada de la logística inversa**, es decir, el almacén en el que se acopien tanto los AEE nuevos que se distribuyen entre las tiendas como los RAEE de retorno procedentes de la logística inversa.

Quién sea el titular de esta instalación (distribuidor, transportista u otro) no cambia la definición ni el concepto.

NO tiene la consideración de plataforma logística:

- El almacén de una pequeña tienda no está considerado como plataforma logística y por lo tanto está exento de comunicación.

- Una instalación del distribuidor (o de otro propietario como puede ser un transportista) en la que sólo se almacenen RAEE procedentes de la logística inversa pero **NO** se almacenen AEE.

Una instalación del distribuidor (o de otro propietario) en la que no sólo se almacenen RAEE procedentes de la logística inversa sino RAEE de otros orígenes, sería una instalación de almacenamiento de RAEE sometida al régimen general de autorización (gestor/productor de residuos)



Trámite de Comunicación por el Distribuidor

Como
PLATAFORMA
LOGÍSTICA

► En el supuesto en que se cumplan los requisitos: almacenamiento de AEE nuevos y retorno de los RAEE procedentes de la logística inversa.

Comunicación al inicio de la actividad ante el órgano competente de la CCAA (art. 372 RD 110/2015). Anexo X del RD 110/2015: recoge el contenido de la comunicación

ANEXO X

Contenido de la comunicación de las plataformas logísticas de la distribución

El contenido de la comunicación de las plataformas logísticas de la distribución será el siguiente:

1. Datos de identificación de la empresa y de su representante legal, nombre, localización y NIF.
2. Descripción de los RAEE a almacenar según fracciones de recogida o grupos de tratamiento y códigos LER-RAEE según tabla 1 del anexo VIII.
3. Datos de identificación de las distribuidoras a las que se presta servicio de almacenamiento de RAEE: nombre, localización y NIF.
4. Capacidad de almacenamiento y cantidad estimada de RAEE que se tiene previsto almacenar anualmente.
5. Las condiciones de almacenamiento de los RAEE.
6. Cualquier otro lado de identificación necesario para la presentación electrónica de la comunicación.

MODELO DE COMUNICACIÓN DE LAS PLATAFORMAS LOGÍSTICAS DE LA DISTRIBUCIÓN

(Real Decreto 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, Anexo X)

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDAD QUE PRESENTA LA INFORMACIÓN			
DATOS DE LA EMPRESA			
Nombre	XXXXXXXXXXXXXX, S.L.	NIF	B-XXXXXXX
Dirección	XXXXXXXXXXXXXX	C.P.	XXXXXX
Municipio	XXXXXX	Provincia	XXXXXX C.A. ANDALUCÍA
Teléfono	XXXXXXXXXX	Identificación de Registro de Comercio	XXXXXXXXXX
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
Nombre	XXXXXXXXXX	NIF	XXXXXXXXXXXXXX
Dirección	XXXXXXXXXXXXXX	C.P.	XXXXXX
Municipio	XXXXXX	Provincia	XXXXXX C.A. ANDALUCÍA
Teléfono	XXXXXXXXXX	Identificación de Comercio	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
DATOS DE LA INSTALACIÓN			
Nombre	XXXXXXXX, S.L.	NIF	XXXXXX
Dirección	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	C.P.	XXXXXX
Municipio	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	Provincia	XXXXXX C.A. ANDALUCÍA
Teléfono	XXXXXXXXXX	Identificación de Comercio	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

2. DESCRIPCIÓN DE LOS RAEE A ALMACENAR			
FR	Grupos de tratamiento de RAEE	Códigos LER - RAEE	TN/año
1	11*. Aparatos con CFC, HCFC, HFC, NH ₃	200121*-11*	XXX
	12*. Aparatos Aire acondicionado	200121*-12*	XXX
2	21*. Monitores y pantallas CRT	200115*-21*	XXX
	22*. Monitores y pantallas: No CRT, no LED	200115*-22*	XXX
4	41*. Monitores y pantallas LED	200116-23	XXX
	42. Grandes aparatos con componentes peligrosos	200116*-41*	XXX
	42. Grandes aparatos (Reso)	200116-42	XXX
5	51*. Pequeños aparatos con componentes peligrosos y pilas incorporadas	200115*-51*	XXX
	52. Pequeños aparatos (Reso)	200116-52	XXX

V. Informe Anual de Comunicación

Decreto 73/2012, de 22 marzo, por el que se regula el Reglamento de Residuos de Andalucía

Establece que las **personas o entidades titulares de los puntos de distribución y venta** deberán **informar anualmente** a la Dirección General competente en materia de residuos sobre las **cantidades de aparatos eléctricos y electrónicos vendidos** y los **residuos de aparatos eléctricos y electrónicos entregados a empresas gestoras**.

Este informe se debe presentar antes del 31 de marzo de cada año, con la información relativa de las cantidades de aparatos eléctricos y electrónicos **vendidos** en Andalucía y los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos que con origen en Andalucía que fueron **entregados** a empresas gestoras de residuos durante el año anterior, desglosados por categorías conforme al **anexo I del RD. 110/2015, de 20 de febrero**, sobre residuos de aparatos y electrónicos.

El incumplimiento de estas obligaciones puede constituir una infracción, tipificada como grave por el artículo 147e de la Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión integrada de la Calidad Ambiental.

Anexo 2. Tabla 1. Sistema de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

Modelo de declaración de cumplimiento de obligaciones de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos
Modelo de declaración de cumplimiento de obligaciones de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

Ámbito de aplicación: Empresas de Andalucía

SECTOR DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS

Nombre Social: _____ **CP:** _____
Nombre del titular: _____ **Dirección:** _____
Dirección: _____ **Provincia:** _____ **CP:** _____
Actividad: _____ **Actividad:** _____

DATOS DE LOS SECTORES Y CANTIDADES DE RESIDUOS

Subcategoría de residuos entregados	Categoría de aparatos	Aparatos incluidos en cada categoría (Ejemplos)	NP en toneladas (volumen)
<input type="checkbox"/>	Grandes electrodomésticos	Refrigeradores, congeladores Lavadoras, lavavajillas Secadoras de ropa Máquinas de lavar trasteros, cocinas, hornos, estufas, etc.	
<input type="checkbox"/>	Pequeños electrodomésticos	Aspiradoras, secadoras de pelo, secadoras de ropa, etc.	
<input type="checkbox"/>	Equipos de Telecomunicaciones	Equipos de telecomunicaciones, móviles, teléfonos, etc.	
<input type="checkbox"/>	Aparatos de electrónica de consumo	Televisores, ordenadores, cámaras, etc.	
<input type="checkbox"/>	Aparatos de iluminación	Lámparas, bombillas, etc.	
<input type="checkbox"/>	Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos	Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos	

Anexo 2. Tabla 2. Sistema de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

Modelo de declaración de cumplimiento de obligaciones de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos
Modelo de declaración de cumplimiento de obligaciones de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

Ámbito de aplicación: Empresas de Andalucía

SECTOR DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS

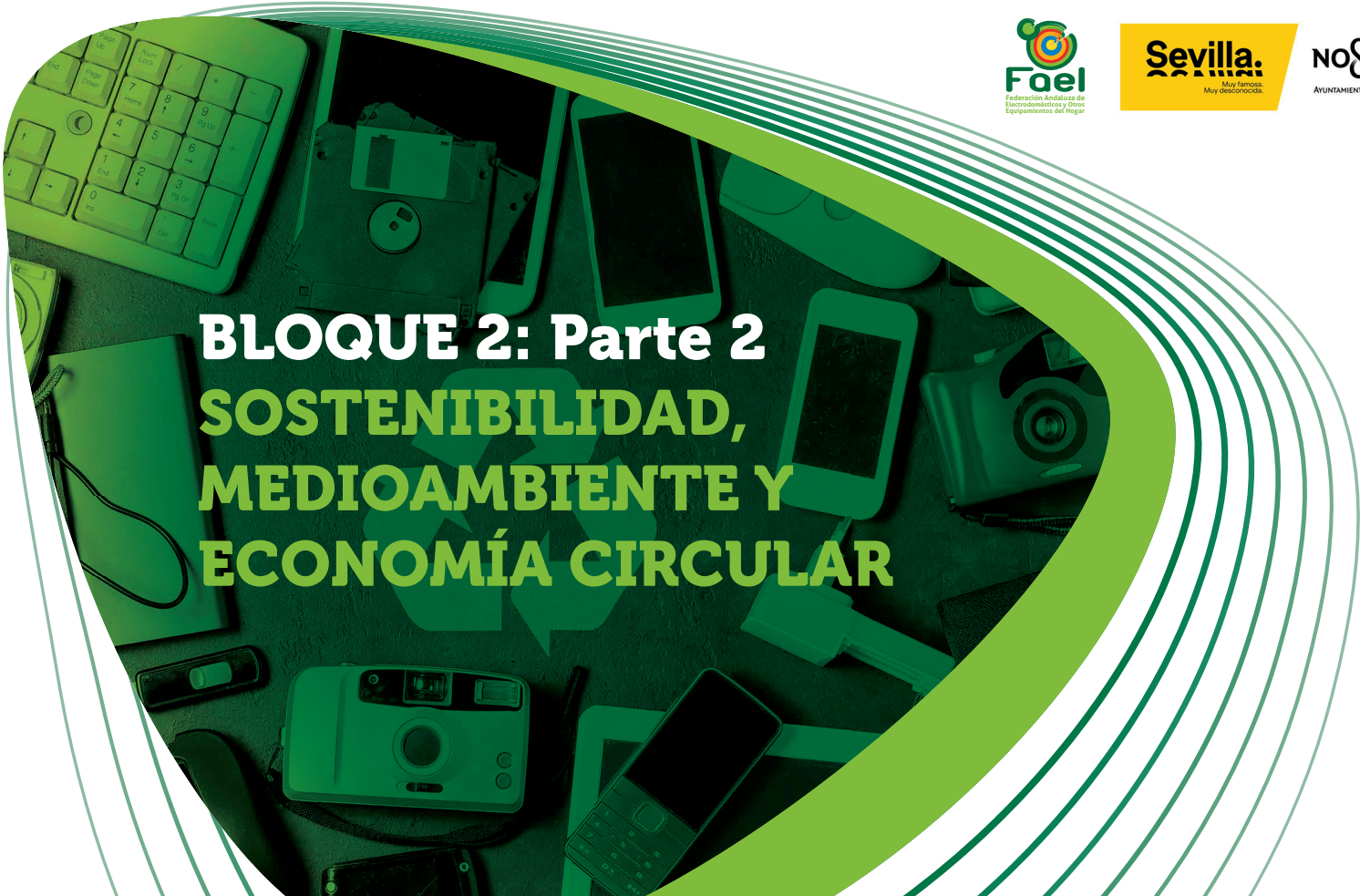
Nombre Social: _____ **CP:** _____
Nombre del titular: _____ **Dirección:** _____
Dirección: _____ **Provincia:** _____ **CP:** _____
Actividad: _____ **Actividad:** _____

DATOS DE LOS SECTORES Y CANTIDADES DE RESIDUOS

Nombre Social del gestor: _____ **CP:** _____
Dirección: _____ **Dirección:** _____ **Provincia:** _____ **CP:** _____

Entidades autorizadas por el gestor en el periodo:

Subcategoría de residuos entregados	Categoría de aparatos	Aparatos incluidos en cada categoría (Ejemplos)	Código IER (ver Anexo I)	NP en toneladas (volumen)	PECO (ver Anexo I)
<input type="checkbox"/>	Grandes electrodomésticos	Refrigeradores, congeladores Lavadoras, lavavajillas Secadoras de ropa Máquinas de lavar trasteros, cocinas, hornos, estufas, etc.	20000*		
<input type="checkbox"/>	Pequeños electrodomésticos	Aspiradoras, secadoras de pelo, secadoras de ropa, etc.	20000*		
<input type="checkbox"/>	Equipos de Telecomunicaciones	Equipos de telecomunicaciones, móviles, teléfonos, etc.	20000*		
<input type="checkbox"/>	Aparatos de electrónica de consumo	Televisores, ordenadores, cámaras, etc.	20000*		
<input type="checkbox"/>	Aparatos de iluminación	Lámparas, bombillas, etc.	20000*		



BLOQUE 2: Parte 2

SOSTENIBILIDAD, MEDIOAMBIENTE Y ECONOMÍA CIRCULAR

1. Concepto y definición de Economía Circular

1.1. ¿Cuál es la situación de partida y cuál es el reto actual?

Desde la Revolución Industrial hasta la actualidad se han empleado los recursos de una forma "lineal", es decir: extracción de recursos naturales; transformación; puesta en el mercado y uso; finalización de la vida útil y rechazo, generando un residuo, que, generalmente, terminaba en vertederos.

En este modelo, cada vez los recursos de la Naturaleza son más sobreexplotados, al tiempo que no se valorizaban los "desechos" como nuevos recursos, no se optimizaban los flujos energéticos, etc.

El reto en la actualidad es conseguir pasar de un modelo de "Economía Lineal" a otro de "Economía Circular", que consiste en alargar la vida útil de los productos, vía reutilización de los mismos, subproductos o reciclándolos en nuevas materias primas, completando un proceso cíclico, similar a los Ecosistemas en la Naturaleza.

El reto en la actualidad es conseguir pasar de un modelo de "Economía Lineal" a otro de "Economía Circular."

1.2. La Economía Circular en España

La Comisión Europea diseñó en 2015 el Plan de Acción para la Economía Circular persiguiendo objetivos como la reducción de los depósitos en los vertederos y el aumento de la reutilización, además de 54 medidas para el desarrollo del Plan en los ámbitos de la producción, el consumo, la gestión de residuos, el mercado secundario y otras acciones sectoriales, además del fomento del I+D+i.

En este sentido, se puede considerar que la transición hacia la Economía Circular se basará en **4 pilares básicos: la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y la adaptación del marco normativo.**



2. Principios sobre los que descansa la Economía Circular

2.1. Pilares de la Economía Circular

Los **principios de la Economía Circular** son los siguientes:

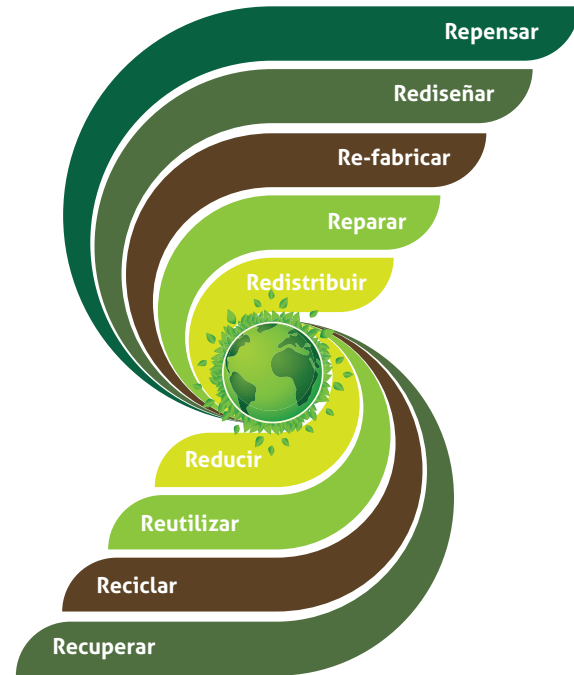
1. Preservar y mejorar el capital natural controlando existencias finitas y equilibrando los flujos de recursos renovables.
2. Optimizar el uso de los recursos rotando productos, componentes y materiales con la máxima utilidad en todo momento, tanto en los ciclos técnicos como en los biológicos.
3. Fomentar la eficacia del sistema revelando y eliminando externalidades negativas.

Fuente: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/principios>



2.2. Concepto Multi-R

Del criterio inicial de las **3R** (reducir, reutilizar y reciclar), la evolución en el desarrollo del modelo hacia una economía circular ha hecho que se aumenten estos criterios bajo un concepto de Multi-R en base al siguiente esquema:



2.3. Enfoque transversal

Una sociedad basada en un modelo de Economía Circular, no sólo implica que determinadas empresas mejoren el Ecodiseño, los procesos productivos y la posterior valorización o reciclaje. El proceso es mucho más global e integral que debería implicar al conjunto de la sociedad. No obstante, un enfoque de Economía Circular sería deseable que fuera adoptado por todo el conjunto de la sociedad:

- Cualquier empresa, sea del sector que sea, genera residuos, tiene un impacto de huella de carbono, consume energía, compras, etc. Actualmente, cada vez son más las empresas que dentro de su área de RSE (Responsabilidad Social Empresarial), incluyen procesos de trabajo para analizar éstos impactos y, dentro de sus propias circunstancias, aplicar un enfoque Multi-R a sus propios procesos e, incluso, favorecer e incentivar esto mismo en sus trabajadores fuera de los centro de trabajo.
- El conjunto de la ciudadanía sería susceptible de adoptar un enfoque Multi-R en su vida cotidiana (separación de residuos, potenciando compras "verdes", optimizando el consumo energético, etc.). De hecho, son actualmente emergentes a nivel mundial los proyectos de cooperación público-privada donde se promueve el tránsito hacia modelos de ciudades/territorios "circulares" bajo esta filosofía.



III. Beneficios de la Economía Circular

3.1. Beneficios económicos

La adopción de un modelo de economía circular, en muchas ocasiones podría “malentenderse” como un proceso que provocaría un incremento de los costes y una reducción de la productividad. Sin embargo, salvo aquellas actividades que están afectas a procesos de sobreexplotación de recursos, actividades contaminantes u otras similares, la transición hacia modelos de Economía Circular supondrá nuevas oportunidades de generación de riqueza y empleo. De hecho, están surgiendo nuevas líneas de negocio y nuevos empleos “verdes” afectos a esas actividades (Ecodiseño, simbiosis en procesos productivos, valorización, reciclaje, reutilización, etc.)

Respecto al sector de la distribución Electro, no sólo se generarán actividades vinculadas al reciclaje, sino que también surgirán nuevas oportunidades de prestar nuevos servicios a los clientes en asesoramiento, reparaciones, repuestos de piezas, etc. El reto será convertir dichas oportunidades en beneficios socioeconómicos (empresas “verdes”).

3.2. Beneficios sociales

La principal aportación social de la economía circular a nivel social podría considerarse que se produce a nivel de generación de empleos directo e indirectos, que podríamos denominar “empleos verdes”.

Sin embargo, “empleos verdes” no sólo son aquellos vinculados al reciclaje, la reutilización u otras empresas similares. La adopción de modelos de Economía Circular también generará lo que se podría denominar una “verdificación” de puestos de trabajo ya existentes para el conjunto de las empresas, incluyendo en la definición de múltiples puestos de trabajo algunas funciones propias de la economía circular que, actualmente, no son tenidas en cuenta y generan ineficiencias socioeconómicas en múltiples empresas y organizaciones. En este ámbito, los “incentivos”/“desincentivos” fiscales o de otra índole que sean establecidos en los marcos regulatorios, podrán determinar en gran medida el mayor o menor éxito de las transiciones hacia modelos de economía circular en los distintos territorios.

La principal aportación social de la economía circular a nivel social podría considerarse que se produce a nivel de generación de empleos directo e indirectos, que podríamos denominar ‘empleos verdes’.

3.3. Beneficios sociales

Desde un punto de vista medioambiental, la adopción de modelos de Economía Circular tendrá como principales beneficios para el entorno, los siguientes:

- Beneficios medioambientales
- Reducción del consumo de materias primas y la sobreexplotación de los recursos.
- Reducción de la generación de residuos.
- Reducción de los consumos energéticos.
- Reducción de las emisiones de efecto invernadero.

La reducción de las emisiones de efecto invernadero será uno de los principales beneficios para el entorno que traerá la adopción de modelos de Economía Circular.



IV. La Economía Circular y los residuos

La Economía Circular es mucho más que "la gestión de residuos" pero, evidentemente, aunque se aplique un enfoque Multi-R, los residuos tendrán un peso muy importante en el conjunto de procesos.

En el caso de las empresas de distribución del Sector Electro se han de gestionar diferentes tipologías de residuos (envases de plástico/polímeros, envases de papel y cartón, electrodomésticos entregados por clientes al finalizar su vida útil, colchones, etc.). No obstante, dentro de los residuos, los RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) juegan un papel fundamental. En este sentido, en España durante los últimos años, la correcta gestión de RAEE ha mejorado sustancialmente gracias al esfuerzo conjunto de toda la sociedad (entidades públicas, privadas, ciudadanos, etc.) pero, una parte importante de este éxito hay que indicar que se ha generado en las propias empresas de distribución del sector Electro ("comercios verdes").

Los retos a futuro serán seguir mejorando los resultados, adoptando modelos integrales de gestión que apliquen una Filosofía de economía circular de modo transversal al conjunto de funciones de la empresa (comprar, gestión de residuos, consumos de energía, procesos, etc.).

En España, durante los últimos años, la correcta gestión de RAEE ha mejorado sustancialmente gracias al esfuerzo conjunto de toda la sociedad (entidades públicas, privadas, ciudadanos, comercios, etc.)

El objetivo futuro de las pymes de comercio será evolucionar hacia modelos de "comercio verde", "comercio local".

I. NORMATIVA ESTATAL

NORMATIVA GENERAL DEL COMERCIO MINORISTA

1. Código de Comercio Interior

https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=097_Codigo_de_Comercio_Interior&modo=2

2. Legislación consolidada de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1072>

3. Legislación consolidada de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2009-18731>

4. Legislación consolidada de la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2012-15595>

5. Legislación consolidada de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2004-21421>

6. Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-28089>

7. Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2000-24118>

8. 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/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1972-1465

BIBLIOGRAFÍA

9. 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. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-3329>

10. Real Decreto-ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-7064>

11. Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16036>

12. Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2012-14696>

13. Ley 11/2021, de 9 de julio, de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal, de transposición de la Directiva (UE) 2016/1164, del Consejo, de 12 de julio de 2016, por la que se establecen normas contra las prácticas de elusión fiscal que inciden directamente en el funcionamiento del mercado interior, de modificación de diversas normas tributarias y en materia de regulación del juego. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-11473>

14. Real Decreto 293/2018, de 18 de mayo, sobre reducción del consumo de bolsas de plástico y por el que se crea el Registro de Productores. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-6651>

15. Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

16. Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-6872>

II. NORMATIVA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA

NORMATIVA GENERAL DEL COMERCIO MINORISTA

1. Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOJA-b-2012-90003>

2. Decreto-ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOJA-b-2020-90058>

3. Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales.

Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefindmkaj/https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/texto_consolidado_decreto_ZGATs_20210315.pdf

4. Decreto 82/2022, de 17 de mayo es la norma que regula las hojas de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2022/95/42>

5. REAL DECRETO 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefindmkaj/<https://www.boe.es/boe/dias/2008/02/25/pdfs/A11072-11086.pdf>

6. LEY 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefindmkaj/<https://www.boe.es/boe/dias/2003/12/26/pdfs/A46097-46109.pdf>

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

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefindmkaj/<https://www.boe.es/boe/dias/2017/11/04/pdfs/BOE-A-2017-12659.pdf>

8. Ley 4/2019, de 19 de noviembre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía.

<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2019/227/1>