

Capítulo 14

Legislación estatal

14.1. Introducción

En el año 2005 se han producido algunas novedades normativas importantes que se recogen en este capítulo y que se concretan en el Real Decreto 367/2005, de 8 de abril, por el que se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los de gran consumo, así como en la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco. Las últimas novedades, ya en el año 2006, han sido el Real Decreto 225/2006 de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia, y el Real Decreto del Registro de Franquiciadores.

14.2. Normativa sobre comercio interior

14.2.1. *Real Decreto 367/2005, por el que se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo*

El 28 de abril de 2005, entró en vigor el Real Decreto 367/2005, de 8 de abril, por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero de ordenación del comercio minorista, tras la modificación de este precepto a consecuencia de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la

que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

El Real Decreto, de aplicación general al comercio minorista y mayorista, se ha dictado al amparo de la competencia exclusiva del Estado en materia de legislación civil y mercantil contenida en el artículo 149.1.6ª y 8ª de la Constitución.

El objeto de esta norma es determinar el régimen jurídico aplicable en los pagos a proveedores, para lo que ha sido preciso identificar y definir los distintos tipos de productos.

Son productos de alimentación frescos y perecederos los productos naturales o preparados que precisen condiciones de temperatura regulada en su conservación o que tengan una duración máxima de treinta días.

Otros productos de alimentación, al margen de los anteriores, son los demás productos de alimentación de cualquier naturaleza que sean susceptibles de ser habitual e idóneamente utilizados en la normal nutrición, como fruitivos o también como dietéticos, en casos especiales de alimentación humana. Quedan excluidos los productos que tengan la consideración de medicamentos.

Son productos de gran consumo no alimentarios, los fungibles de compra habitual y repetitiva por los consumidores y que presenten alta rotación.

Por razones de seguridad jurídica y para evitar dudas en la interpretación normativa, se ha incluido, en los anexos del decreto, un listado pormenorizado de los productos,



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

grupos y familias de estos, que no constituyen un *númerus clausus*, y en los que se agrupan los que tienen la consideración de frescos y perecederos, de gran consumo (en los que a su vez se distinguen tres subtipos: los de droguería y limpieza; los de perfumería e higiene personal; y otros). Para catalogar los productos, ha sido preciso, siguiendo criterios de marketing, considerar el ciclo de rotación del producto, en función de dos variables, la frecuencia en la adquisición y la reiteración en su compra.

En función de las características de los productos, se han fijado los límites en los aplazamientos de pago, que son los siguientes:

— En productos frescos y perecederos (anexo I del Real Decreto) el aplazamiento de pago a los proveedores no excederá en ningún caso de treinta días desde la fecha de entrega de las mercancías.

— En el resto de productos de alimentación, los aplazamientos de pago no podrán superar los sesenta días desde la fecha de entrega de las mercancías, salvo pacto expreso y contra una compensación económica equivalente, sin que el plazo pueda exceder de noventa días.

— En los productos de gran consumo no alimentarios (anexo II del Real Decreto), el aplazamiento de pago no puede superar el límite de sesenta días desde la fecha de entrega de la mercancía, salvo que medie pacto que tenga previstas compensaciones económicas, en cuyo caso tampoco podrá exceder de noventa días.

14.2.2. Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco

Dada la incidencia en la distribución comercial de la nueva Ley 28/2005, de 26 de

diciembre, (modificada por el Real Decreto-ley 2/2006, de 10 de febrero, por el que se modifican los tipos impositivos del impuesto sobre las labores del tabaco y se establece un régimen transitorio complementario para los expendedores de tabaco y timbre), conviene hacer una referencia a esta norma. La ley introduce limitaciones en las operaciones al por menor, en la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco (excepto las realizadas a través de la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre o en máquinas expendedoras que cuenten con la respectiva autorización administrativa), regulando también la publicidad, la promoción y el patrocinio de dichos productos.

Esta norma tiene como antecedente la Directiva 2003/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de mayo del 2003, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y patrocinio de los productos del tabaco, si bien el régimen legal español es más estricto en cuanto a las condiciones de publicidad y venta.

De acuerdo con la nueva ley, se restringe la comercialización al por menor de los productos de labores del tabaco a la red de expendedurías de tabaco y timbre y a las máquinas expendedoras, debidamente autorizadas, y ubicadas en determinados lugares.

En concreto, estas máquinas han de ubicarse en:

— el interior de los locales, centros o establecimientos donde no esté prohibido fumar

— establecimientos de hostelería o restauración en los que se permita habilitar zona de fumadores con vigilancia directa del personal del local

— los quioscos de prensa, de forma limitada y con una máquina expendedora situada en su interior (modificación intro-



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

ducida por el Real Decreto-ley 2/2006, de 10 febrero, por el que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre).

También se ha previsto un régimen especial para los productos del tabaco en los establecimientos comerciales de la Comunidad autónoma de Canarias en función de las características específicas de comercialización del archipiélago.

14.2.3. Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia

Las ventas a distancia, es una de las modalidades de ventas especiales que prevé el artículo 38 de la Ley 7/1996, de ordenación del comercio minorista, estableciéndose para las empresas que celebren este tipo de ventas y que difundan sus ofertas comerciales por medios que abarquen el territorio de más de una comunidad autónoma o empresas extranjeras que practiquen estas ventas en España, la obligación de inscripción en un Registro especial.

Inicialmente, el régimen jurídico aplicable a las ventas a distancia estaba constituido por el Real Decreto 1133/1997, de 11 de julio, por el que se reguló la autorización de las ventas a distancia e inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia, modificado por Real Decreto 1976/1998, de 18 de septiembre, que alteró su redacción inicial, con el fin de dar cumplimiento al requerimiento de incompetencia contra el Gobierno de la Nación. Se trató así de adaptar la gestión del registro, por ser la actividad gestora, encuadrable en el ámbito de las competencias ejecutivas de las comunidades autónomas en materia de comercio interior. El desplazamiento de la autorización de

actividad al ámbito específico del lugar en que radique cada una de las empresas oferentes de esta particular forma de ofertar el servicio, dio lugar a un esquema de relaciones entre el Registro central y las comunidades autónomas.

Por otro lado, la publicación de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, concedió un tratamiento singular al prestador de estos servicios, exceptuándose su inscripción en el Registro de empresas de venta a distancia, siempre y cuando se trate de empresas cuya actividad utilice únicamente los servicios de operadores de telecomunicaciones, portales, o cualquier otro servicio de acceso a Internet, u ofrezca y venda sus productos a través de este medio. La Ley 34/2002, contempla medidas adecuadas a este canal de comunicación a distancia que permiten al consumidor contar con las garantías suficientes en la identificación del comerciante empresario que oferta sus productos por Internet o correo electrónico.

A las circunstancias mencionadas, habría que añadir el pronunciamiento del Tribunal Constitucional en sentencia 124/2003, de 19 de julio. El Tribunal señala que no procede por el Estado regular las condiciones para la concesión de autorizaciones por parte de las comunidades autónomas, en cuanto se considere que esta exigencia y la eventual inscripción registral se engloba entre las medidas de política administrativa correspondientes a la disciplina de mercado y dirigidas a la protección del consumidor, de carácter autonómico. En este sentido, son las comunidades autónomas las que pueden decidir o no, someter esta actividad a una autorización previa y también pueden decidir constituir los registros a nivel autonómico. Hasta el momento se han constituido en Madrid, Comunidad



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Valenciana, Cataluña, Extremadura, Navarra, Andalucía, Cantabria y Murcia.

A tenor de estas argumentaciones se ha considerado conveniente la derogación del Real Decreto 1133/1997 y la sustitución por un nuevo real decreto que clarifique la actividad estatal, circunscrita únicamente a la llevanza del registro nacional, adaptándose al nuevo marco normativo, al tiempo que se introducen mejoras en la regulación del registro, tanto en la información que puede ser inscrita como en el contenido del mismo, e incidiendo en la coordinación de la actividad sancionadora de las Comunidades Autónomas.

14.2.4. Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 2485/98, de 13 de noviembre, relativo a la regulación del Régimen de Franquicia y el Registro de Franquiciadores



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

Con fecha 7 de abril de 2006, el Consejo de Ministros ha aprobado el Real Decreto 419/2006, que modifica el Real Decreto 2485/98, de 13 de noviembre que, en su redacción inicial, permitió el desarrollo normativo complementario del régimen de franquicia, abordando el concepto de franquicia; estableciendo las obligaciones del franquiciador en el suministro de la información precontractual y haciendo posible el desarrollo de la escueta referencia que el artículo 62 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, realizaba sobre el Registro de franquiciadores.

Sin embargo, aunque es innegable la utilidad del registro, la práctica registral ha permitido detectar algunas disfunciones, a las que el legislador ha tratado de dar respuesta.

Uno de los motivos a los que responde la modificación ha sido el perfilar los contornos del contrato de franquicia. El

concepto de franquicia, del artículo 2 del Real Decreto hasta ahora vigente, venía definido en un sentido positivo. Se ha tratado de delimitar su contorno, con el fin de evitar su confusión con otras prácticas empresariales tales como el contrato de concesión mercantil o de distribución en exclusiva, el contrato de franquicia industrial (que implica la concesión de licencia de fabricación) o el contrato de licencia de marca (que supone la cesión de una marca registrada). Tampoco tendrán la consideración de franquicia las relaciones jurídicas que impliquen la simple transferencia de tecnología o la cesión de la utilización de una enseña o rótulo comercial.

Otro de los preceptos modificados, permitirá al propio empresario solicitar la inscripción ante el Registro central, dependiente de la Dirección General de Política Comercial, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Otra novedad, es la actualización de los datos del registro, obligando al franquiciador inscrito a comunicar los cambios y a constatar la realidad de la información que obra en el registro, so pena de proceder a su baja automática. Adicionalmente se permite al franquiciador aportar información que pueda resultar de interés al consumidor, como por ejemplo, la posesión de un certificado de calidad, la adhesión a sistemas de solución extrajudicial de conflictos o la firma de códigos deontológicos.

Por último, con el fin de adaptar el funcionamiento del registro a la realidad social, económica y tecnológica del momento, unido a la necesidad de agilizar el procedimiento, se permite al interesado realizar las notificaciones y comunicaciones vía telemática, siempre que se disponga de firma electrónica, en virtud de certificado emitido por la Fabrica Nacional de Moneda y Timbre.

14.3. Otras normas estatales con incidencia en la distribución comercial

Teniendo en cuenta que la actividad desarrollada por las empresas de distribución comercial se ve influida no sólo por las normas estrictamente comerciales, sino también por la regulación de otros aspectos (tributarios, sanitarios, medioambientales, etcétera); se considera oportuno recoger a continuación una relación de disposiciones estatales aprobadas durante 2005 que pueden tener influencia en la distribución comercial.

Normativa estatal con incidencia directa o indirecta en el sector de la distribución comercial

Leyes

- Ley 23/2005, de 18 de noviembre, de reformas en materia tributaria para el impulso a la productividad.
- Ley 19/2005, de 14 de noviembre, sobre la sociedad anónima europea domiciliada en España.

Reales Decretos ley

- Real Decreto-ley 2/2006, de 10 de febrero, por el que se modifican los tipos impositivos del Impuesto sobre las Labores del Tabaco, se establece un margen transitorio complementario para los expendedores de tabaco y timbre y se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.
- Real Decreto-ley 1/2006, de 20 de enero, por el que se modifican los tipos impositivos del Impuesto sobre las Labores del Tabaco.

- Real Decreto-ley 5/2005, de 11 de marzo, de reformas urgentes para el impulso a la productividad y para la mejora de la contratación pública.

Reales Decretos

- Real Decreto 227/2006, de 24 de febrero, por el que se complementa el régimen jurídico sobre la limitación de las emisiones de compuestos orgánicos volátiles en determinadas pinturas y barnices y en productos de renovación del acabado de vehículos.
- Real Decreto 226/2006, de 24 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1164/2005, de 30 de septiembre, por el que se suspende temporalmente la aplicación de una parte del anexo V de la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aprobada por el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio.
- Real Decreto 1615/2005, de 30 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 560/1995, de 7 de abril, por el que se establecen las tallas mínimas de determinadas especies pesqueras.
- Real Decreto 1614/2005, de 30 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 1852/1993, de 22 de octubre, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios.
- Real Decreto 1559/2005, de 23 de diciembre, sobre condiciones básicas que deben cumplir los centros de limpieza y desinfección de los vehículos dedicados al transporte por carretera en el sector ganadero.
- Real Decreto 1262/2005, de 21 de octubre, por el que se modifica el Real Decreto 118/2003, de 31 de enero, por el que se aprueba la lista de sustancias permitidas para la fabricación de materiales y objetos plásticos destinados a



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

entrar en contacto con los alimentos y se regulan determinadas condiciones de ensayo.

- Real Decreto 1202/2005, de 10 de octubre, sobre el transporte de mercancías perecederas y los vehículos especiales utilizados en estos transportes.

- Real Decreto 1164/2005, de 30 de septiembre, por el que se suspende temporalmente la aplicación de una parte del anexo V de la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aprobada por el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio.

- Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como los requisitos y el procedimiento de concesión.

- Real Decreto 1089/2005, de 16 de septiembre, por el que se establecen los métodos de muestreo y de análisis para el control oficial del contenido de benzo(a)pireno en los productos alimenticios.

- Real Decreto 947/2005, de 29 de julio, por el que se establece un sistema de identificación y registro de los animales de las especies ovina y caprina.

- Real Decreto 894/2005, de 22 de julio, por el que se regula el Consejo de Consumidores y Usuarios.

- Real Decreto 892/2005, de 22 de julio, por el que se modifica la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aprobada por el Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, en lo que respecta al etiquetado de determinados productos alimenticios que contienen ácido glicirrónico y su sal amónica.

- Real Decreto 691/2005, de 10 de junio, por el que se modifica el Real Decreto 1413/1994, de 25 de junio, por el que se aprueban las normas técnico-sanitarias sobre los materiales y objetos de película de celulosa regenerada para uso alimentario.

- Real Decreto 209/2005, de 25 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1599/1997, de 17 de octubre, sobre productos cosméticos.

- Real Decreto 208/2005, de 25 de febrero, sobre aparatos eléctricos y electrónicos y la gestión de sus residuos.

- Real Decreto 61/2005, de 21 de enero, por el que se fijan los métodos de toma de muestras y de análisis para el control oficial del contenido máximo de estaño en los alimentos enlatados.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**