

Mis derechos como consumidor

Compro en una tienda



Compro en un mercadillo



Compro a distancia



Cada día hay más lugares diferentes donde comprar y las nuevas tecnologías nos permiten comprar de formas distintas. Este folleto pretende servir de guía a los consumidores sobre las diferencias y similitudes que presentan las compras según donde se hagan.

Contenido

1. Mis derechos como consumidor en cualquier establecimiento
2. Compra en el pequeño comercio
3. Compra en grandes superficies
4. Compra en mercadillos (venta ambulante)
5. Compra a distancia
6. Referencias legislativas

1.

MIS DERECHOS COMO CONSUMIDOR EN CUALQUIER ESTABLECIMIENTO



- **La información al consumidor:**

Toda la información debe ser **veraz, clara y suficiente** para que el consumidor pueda valorar y decidir qué es lo que quiere adquirir o contratar.

Toda la publicidad e información que se facilita forma parte del contrato y **vincula al comerciante**, es decir, si en un folleto publicitario se habla de un precio, pero en el establecimiento quieren cobrarle otro superior, la ley obliga a respetar el precio plasmado en la publicidad.

- **El contrato de compraventa:**

La adquisición de un producto en un establecimiento ya es un contrato de compraventa; **no es necesario que exista un documento por escrito**. Y las dos partes (vendedor y comprador) quedan obligadas a cumplir y respetar las condiciones que se acuerden en esa compraventa: el consumidor debe abonar el importe del bien adquirido y el vendedor entregar el producto en perfectas condiciones. La información que recibe el consumidor antes o durante el acto de compra forma parte de las condiciones del contrato.

En algunos casos, las leyes exigen la entrega de documentos en el momento de la contratación (resguardos de depósito, instrucciones de uso, presupuestos, etc.).

- **El precio de venta:**

Todos los productos que están a la venta **deben mostrar su precio final**, es decir, incluyendo todos los impuestos.



- **Los justificantes de pago:**

El consumidor debe **exigir siempre una factura o tique de compra**, que le permitirán poder realizar cualquier devolución o reclamación.

La factura ha de indicar el precio total desglosado, así como los **datos de la empresa** y del consumidor, el producto adquirido, número de factura, fecha y firma o sello de la empresa.

El tique no incluye ninguna numeración ni los datos del consumidor.



- **Los medios de pago:**

El consumidor puede optar por pagar la compra **en metálico o con tarjeta**. Sin embargo, los comercios pueden aceptar o no tarjetas de crédito o débito, ya que es algo voluntario.

Solo en los establecimientos donde se informa de que se aceptan (normalmente a través de la exhibición en el escaparate de los logotipos de las tarjetas admitidas), el consumidor puede utilizar este medio de pago.



A veces se limita la aceptación de las tarjetas a una **cantidad mínima en la compra**, pero si es así, el comercio debe informar de ello al cliente antes del pago (suele hacerse mediante un cartel informativo).

Si el consumidor utiliza tarjetas para pagar, el comerciante puede pedirle que se identifique a través del **D.N.I. o documento similar**. Es un procedimiento para asegurar la correcta utilización de las tarjetas.

Si el medio de pago va a ser monedas y billetes de curso legal, es importante tener en cuenta que es responsabilidad del consumidor **utilizar billetes de cantidades acordes con el importe a pagar**. Es posible que el comercio no admita, por no disponer de cambio, un billete de 100 o 500€ para pagar, por ejemplo, una compra de 10€. Esto no constituye una infracción contra la normativa de consumo; de hecho en algunos sectores, como estaciones de servicio o transporte de viajeros, está regulado por una norma el cambio que pueden tener disponible.

• **La garantía de los bienes de consumo:**

Todos los bienes de consumo tienen una garantía legal y obligatoria de 2 años (excepto los de segunda mano, que será, al menos, de un año). No es necesario que se formalice por escrito un documento donde se reconozca esta garantía.

El responsable de la garantía ante el consumidor es el **vendedor**.

Durante los **6 primeros meses**, si el producto presenta un defecto se entiende que es de origen y el consumidor tiene derecho a su reparación gratuita o sustitución. En los 18 meses siguientes, el consumidor debe probar que el problema es de origen para poder exigir el cumplimiento de la garantía legal. El plazo de garantía comienza a contar desde el día de la entrega del bien.

Para poder justificar la fecha de compra y disfrutar de la garantía, es importante **guardar los justificantes** que acrediten la compra.

El vendedor o el fabricante pueden ofrecer, además, una **garantía comercial**, que debe darse por escrito al consumidor con las condiciones en que se presta.

- **Devoluciones en atención comercial:**

Hay comerciantes que admiten las devoluciones de productos no defectuosos. No es una obligación impuesta por la ley sino una atención comercial del vendedor.

En caso de que acepte estas devoluciones, el vendedor debe **informar claramente de las condiciones** en su establecimiento o en los documentos de venta.

Si en un establecimiento no consta información sobre devoluciones, debemos entender que el comerciante no las admite, salvo los casos de garantía legal.

Solo en **ventas a distancia** (por catálogo, por internet, fuera de establecimiento comercial), el vendedor tiene la obligación de aceptar la devolución.

- **Otras formas de atención comercial:**

Existen otras prácticas comerciales no contempladas ni prohibidas por ley. La más frecuente son los **vales de devolución**.

Si se entregan vales como sistema para la devolución de productos fuera de la garantía legal, el vendedor debe especificar en ellos y en el propio establecimiento, su **plazo de caducidad, si son válidos en períodos de rebajas** o cualquier otra condición.

Si la atención comercial es de cualquier otra naturaleza también debe darse una información suficiente y exacta.

- **Seguridad de los bienes:**

Todos los bienes puestos a la venta deben ser seguros y el comerciante que vende al consumidor es el responsable del **cumplimiento de la normativa de seguridad**.

- **El etiquetado de los bienes:**

Todos los productos en venta deben incorporar un etiquetado informativo sobre los mismos, de acuerdo con la norma aplicable en cada caso.



La información del etiquetado identifica al responsable del bien, las características del producto y, en caso de que la normativa así lo exija, los marcados obligatorios de seguridad (por ejemplo, **marcado CE** o los pictogramas de advertencias).

Todo el etiquetado debe estar, al menos, en **castellano**.

- **Las rebajas:**

Durante dos periodos al año, el precio del producto puede rebajarse respecto al precio que se oferta-
ba antes; son las rebajas. El producto en rebajas **no puede estar deteriorado** y disfruta de la misma
garantía que los demás productos.

- **Hojas de reclamaciones:**

Tanto los establecimientos comerciales como los vendedores ambulantes o a distancia deben tener
hojas de reclamaciones e informar al consumidor de que están a su disposición.

En caso de que el consumidor solicite una hoja de reclamaciones, el empresario está obligado a facili-
társela sin poner ningún obstáculo. Si no lo hiciese o no tuviese las hojas, **el usuario tiene el derecho
de llamar a la Policía local**, que se presentaría en el lugar y levantaría acta del hecho.

En todo caso, el consumidor siempre puede formular su reclamación dirigiéndose, por escrito, a las
oficinas de consumo de su municipio o de la **Dirección General de Consumo**, explicando el problema
plantado y aportando la documentación de que disponga sobre los hechos.

- **El sistema arbitral de consumo y otros medios de resolución de conflictos en
consumo:**

Las administraciones públicas competentes en materia de consumo tienen a disposición de los
consumidores **sistemas gratuitos de resolución voluntaria de conflictos**.

La **mediación en consumo** es un procedimiento voluntario y sin ningún formalismo, en el que la

administración actúa como mediador entre las partes para intentar resolver el problema planteado.

El **sistema arbitral de consumo** es un procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos. Es rápido,
eficaz y gratuito y a él se pueden acoger todos los establecimientos de manera voluntaria para cada
caso o firmando una oferta de adhesión al arbitraje de consumo.

La resolución arbitral, el laudo, es de obligado cumplimiento para ambas partes y sus efectos son los
de una sentencia judicial firme.

- **El Portal del Consumidor:**

La **página web de la Comunidad de Madrid (www.madrid.org)** dispone de una amplia información
sobre los derechos de los consumidores, todas las novedades que afectan a la defensa de sus intere-
ses y todo el detalle de la legislación en vigor.



2.

COMPRA EN EL PEQUEÑO COMERCIO



La adquisición de productos en los comercios tradicionales de las ciudades y pueblos de la Comunidad de Madrid presenta algunas diferencias respecto a los hábitos de compra en las grandes superficies.

El **pequeño comercio ofrece una atención más personalizada y cercana**. Además, su personal suele tener un conocimiento más especializado de su sector. Pero no siempre admite algunas condiciones de venta que ofrecen algunas grandes superficies.

La **devolución del producto adquirido** es una atención comercial que dan algunos establecimientos pero no es obligatoria, salvo que el bien adquirido tenga un defecto de fabricación. Antes de comprar el producto, conviene asegurarse si la tienda acepta devoluciones y en qué condiciones, lo que, habitualmente, está informado en carteles cerca de la zona de caja o en el propio tique de compra.



Si el bien adquirido tiene un defecto de fabricación, **el consumidor siempre dispone de la garantía legal del producto**: durante los seis primeros meses desde la adquisición, el comercio vendedor debe atender, en garantía, la petición del consumidor de reparación o sustitución del bien, no pudiendo ser ésta desproporcionada ni objetivamente imposible. Durante los 18 meses siguientes para poder solicitar la reparación o sustitución en garantía, el consumidor debe probar que el defecto es de origen.

Casi ningún pequeño comercio da garantía comercial en los productos que vende. De existir tal garantía, es el fabricante el garante. En estos casos, el comercio es un mero intermediario ante el fabricante pero no es el responsable del cumplimiento de dicha garantía. Por tanto, antes de ejercer los derechos que le vienen reconocidos en la garantía comercial, asegúrese de quién otorga dicha garantía y sus condiciones.

Los comercios tradicionales suelen tener un **horario más limitado** que el de las grandes superficies. En todo caso, todos los establecimientos han de tener a la vista del público el horario de apertura y cierre.

3.

COMPRA EN GRANDES SUPERFICIES



Las grandes superficies son establecimientos de comercio al por menor, con superficies de exposición y venta superiores a **1.500 metros cuadrados**, y en los que se venden diferentes tipos de productos.

Ofrecen al consumidor **precios más competitivos y horarios de apertura más amplios**. Pero disponen de poco personal para atender al consumidor, rigiendo en la práctica un sistema de autoservicio.

Como ya se ha señalado para el pequeño comercio, la **devolución del producto** adquirido es una atención comercial, no es obligatoria, aunque la mayoría de las grandes superficies dan esta facilidad. Pero el consumidor debe asegurarse de esta circunstancia antes de la adquisición.

La condiciones de la **garantía legal** del producto serán las mismas que en el caso del pequeño comercio: en los seis primeros meses el defecto que presente el bien se considerará que es de origen y la petición del consumidor de reparación o sustitución del bien deberá ser atendida, mientras que en los 18 meses siguientes, corresponde al consumidor probar que el defecto era de origen.

Es muy frecuente que las grandes superficies concedan una **garantía comercial** en distintos productos, pero deben informar adecuadamente de sus condiciones.

Es habitual que en las grandes superficies se pueda **financiar la compra** de los bienes, a través de distintos sistemas. Si se quiere recurrir a ellos, es muy importante conocer las condiciones de la financiación y la entidad con la que se contrata, que difiere de la vendedora, aunque puedan pertenecer al mismo grupo empresarial.

Firmado el contrato de financiación, el consumidor queda vinculado a las condiciones de éste.

Las grandes superficies utilizan diferentes **sistemas de publicidad y marketing** para incentivar las ventas. Antes de efectuar la compra, el consumidor debe leer atentamente esta publicidad, no dejarse llevar por las frases o información más resaltadas; comprobar aquellas cuestiones o condiciones que le puedan resultar de interés, antes de efectuar la compra.



4.

COMPRA EN MERCADILLOS (VENTA AMBULANTE)



La venta ambulante es la que se realiza en **instalaciones desmontables o transportables**, incluyendo camiones tienda, en lugares debidamente autorizados:

- **Los mercadillos periódicos u ocasionales, autorizados por los ayuntamientos.** Cada ayuntamiento determinará el día de celebración del mercadillo, el horario de venta y los artículos cuya venta esté permitida. Esta información estará expuesta en un lugar visible del edificio del consistorio y en los alrededores de la zona autorizada para la colocación de los puestos.
- Los **puestos que se montan en recintos** o espacios reservados para la celebración de fiestas populares.
- La **venta ambulante en vehículos** con carácter itinerante que se autoriza por los ayuntamientos.

Los vendedores ambulantes **tienen que tener expuesta, de forma fácilmente visible para el público, la autorización** donde consten sus datos personales y su dirección para poder efectuar reclamaciones.

En los puestos no se podrán vender productos que, por sus características y a juicio de las autoridades competentes, conlleven **riesgo sanitario** (generalmente, productos alimenticios que requieren condiciones especiales de conservación).

Los **derechos de los consumidores son exactamente los mismos** que cuando se compra en un establecimiento fijo: respecto a la información sobre el producto y su precio, la garantía de los bienes, el derecho a la garantía del producto y a solicitar la hoja de reclamaciones.



5.

COMPRA A DISTANCIA



Existen distintas formas de compra a distancia (**compraventas en que comprador y vendedor no están simultáneamente en el mismo lugar**). La norma las regula con diferentes peculiaridades cada una:

El comercio electrónico

Es la compraventa de productos **a través de internet**. Es rápido, tiene precios muy competitivos y permite una información del consumidor previa y más detenida sobre el producto.

Sin embargo, implica también **algunos riesgos para el consumidor**, al tener que dar datos personales y bancarios por internet.

Es muy importante utilizar solo páginas seguras, cuya URL comience por '**https**' o que estén avaladas

por entidades de certificación, para evitar el acceso de terceras personas a estos datos. Se distinguen porque aparece en la parte inferior de la pantalla del ordenador el icono de **un candado cerrado**. También es importante contratar con **páginas en las que aparezca clara la identificación del vendedor**. Y es preferible que tengan **domicilio dentro de la Unión Europea** para quedar protegido por la normativa sobre contratación electrónica de la UE y bajo la tutela de las autoridades de protección al consumidor de los países de la Unión.

Es responsabilidad del consumidor asegurarse, antes de contratar, de en qué condiciones se efectúa el contrato y con quién. Por ello, debe **leer detenidamente las condiciones de contratación** que aparecen en la página y conservarlas.

Derecho de desistimiento:

Cuando se contrata por este sistema, el consumidor dispone de un plazo de **7 días para anular el contrato**, a partir del momento en que recibe el producto en casa. Si el empresario no informa al consumidor de este derecho que le asiste, el plazo para desistir pasa a ser de 3 meses desde la entrega del bien.

Para desistir del contrato, el consumidor puede hacer uso del **documento que le facilite el empresario para ello**, o recurrir a cualquier otro método por el que se pueda acreditar el envío (telegrama, burofax, etc).

El consumidor debe devolver el producto y el vendedor reembolsar las sumas abonadas, sin retener los gastos, en un período máximo de 30 días desde el derecho ejercitado; en caso contrario, el comprador puede reclamarlas duplicadas. También puede pedir daños y perjuicios. Corresponde al vendedor la carga de la prueba sobre el cumplimiento del plazo.

Están **exceptuados de este derecho de desistimiento**:

- Los contratos de suministro de bienes cuyo precio esté sujeto a **fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero** que el vendedor no pueda controlar.
- Los contratos de suministro de **bienes confeccionados o personalizados** para el consumidor.
- Los contratos de suministro de **grabaciones sonoras, de vídeos, de discos** y de programas



informáticos que hubieran sido desprecintados por el consumidor, así como de ficheros informáticos suministrados por vía electrónica, susceptibles de ser descargados o reproducidos con carácter inmediato.

- Los contratos de suministro de **prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas**.

La venta fuera de establecimiento comercial

Existe una **normativa especial** para los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles ya sea en otro local (por ejemplo, en una reunión en un hotel), en la vivienda o puesto de trabajo del consumidor, o en un medio de transporte público.

Existen unos **supuestos en los que no se puede aplicar esta ley** aunque el contrato se celebre fuera del establecimiento comercial (precio de la compra inferior a 48,08€, contratación de seguros, compra de inmuebles o valores mobiliarios, adquisición de alimentos y otros bienes consumibles de uso corriente en el hogar suministrados por proveedores que realicen desplazamientos frecuentes y regulares con ese fin).



Tampoco se aplica a las compraventas donde concurren, al mismo tiempo, **las siguientes condiciones:**

- que el consumidor haya **consultado un catálogo sin la presencia del empresario** o prestador del servicio
- que **se prevea una continuidad de la relación** entre la empresa y el consumidor con relación a la operación que se va a realizar y otras posteriores
- que el catálogo y el contrato **mencionen con claridad el derecho del consumidor a poner fin al acuerdo** o a devolver la mercancía durante un plazo mínimo de siete días.

Antes de la contratación, el empresario debe poner a disposición del consumidor de forma clara y comprensible una **información sobre**, al menos:

- **Identificación** y domicilio de la empresa.
- **Precio completo**, desglosándose los gastos que se repercuten al consumidor y, en su caso, los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación u otras formas de pago.
- **Fecha de entrega** o ejecución del contrato, y duración del mismo.
- **Garantías ofrecidas.**



Asimismo, la información al consumidor precontractual y en el propio contrato, debe ser clara respecto al derecho del consumidor al desistimiento. El **derecho de desistimiento** es la facultad que tiene el consumidor de anular un contrato, sin necesidad de justificación y sin penalización, notificándolo al empresario en el plazo establecido (siete días desde que recibe el producto) sin necesidad de justificación y sin penalización. Esta renuncia no puede suponer ningún gasto para el consumidor, quien, además, tiene derecho al reembolso de los gastos que haya realizado para obtener el producto.



Tanto la oferta como el contrato deben hacerse **por escrito y por duplicado**, conteniendo fecha y firma del consumidor e ir acompañado del documento de desistimiento, en el que consta a quién debe enviarse, así como los datos sobre identificación del contrato y de las partes contratantes. Firmado el

contrato, el vendedor tiene que entregar al consumidor uno de los ejemplares junto con el documento de desistimiento.

Si el empresario no cumple con el deber de información y documentación sobre el derecho de desistimiento (y a él le corresponde demostrar que lo hizo de la forma que señala la normativa), **el plazo para desistir será entonces de tres meses**, a contar desde la fecha en que se entregó el producto. Si el consumidor recibe la información y la documentación a lo largo de esos tres meses, el plazo de los siete días empezará a contar desde ese momento.

Si se desiste de un **contrato para el que se ha solicitado financiación** mediante un crédito (ya sea concedido por el mismo empresario o por un tercero de acuerdo con éste), el desistimiento del contrato también implica la cancelación del crédito sin ninguna penalización.



La venta a distancia

La venta a distancia es la que se realiza **sin la presencia física simultánea del comprador y el vendedor**. En este sistema de venta, la oferta y la aceptación de la compra se realizan a través de comunicaciones a distancia y de un sistema de contratación a distancia organizado por el vendedor.

Los medios más habituales de venta a distancia son: **venta por catálogo, contratos celebrados por teléfono** con publicidad en radio o televisión (teletienda) y anuncios en prensa con cupón de pedido, etc.

No se aplican las normas de la venta a distancia a la venta mediante distribuidores automáticos, la venta subasta no electrónica, o si se trata de contratos de suministro de alimentos, bebidas u otros bienes del hogar de consumo corriente suministrados en el domicilio del consumidor.

Estos contratos se desarrollan en **tres fases** en las que el consumidor:

1. Recibe una **oferta** de un producto.
2. Efectúa el **pedido**.

3. **Recibe** el producto.

La oferta de venta a distancia debe incluir la **siguiente información**:

- **Identidad** y dirección del proveedor.
- **Características** especiales del producto.
- **Precio** y, en su caso, gastos de transporte, debidamente separados.
- **Forma de pago** y modalidades de entrega o de ejecución.
- **Plazo de validez** de la oferta.
- Existencia de un **derecho de desistimiento**.
- **Duración mínima del contrato**, cuando se trate de contratos de suministro de productos o servicios que se extiendan a lo largo del tiempo.

Si la oferta se realiza mediante **comunicación telefónica**, al principio de la llamada se identificará al vendedor y la finalidad comercial de la misma.



El plazo de entrega del producto es de **30 días** desde que el comprador solicita el pedido, salvo que las partes acuerden otro diferente. En caso de que el producto solicitado no esté disponible, se informará al comprador de que puede pedir la devolución del importe pagado.

También en la venta a distancia el consumidor disfruta de un **derecho de desistimiento** salvo en los casos contemplados por la norma (productos cuyo precio pueda variar sustancialmente en el mercado; compras efectuadas de acuerdo a las especificaciones del comprador; compras de artículos que se deterioren o caduquen con rapidez; de grabaciones sonoras, audiovisuales y prensa o revistas): puede devolver el producto comprado sin necesidad de justificar su decisión, en el plazo de siete días hábiles desde que recibió la compra, y recuperar el dinero pagado.

Para ejercer el derecho de desistimiento puede utilizarse el **documento que tiene que facilitar el vendedor** junto con el producto enviado o cualquier otro medio de comunicación que deje constancia de su envío. El consumidor sólo está obligado a pagar el coste del envío de la devolución.

Junto con el producto, el comprador debe recibir **información escrita con los siguientes datos y documentos**:

- La **dirección del establecimiento** del vendedor donde el comprador pueda presentar sus reclamaciones.
- El **documento de desistimiento** o revocación, junto con sus condiciones y modalidades.
- **Información relativa a los servicios postventa** y a las garantías comerciales.
- En caso de celebración de un contrato de duración indeterminada o de duración superior a un año, las **condiciones de rescisión del contrato**.

Se **prohíbe enviar productos no pedidos por el consumidor** cuando incluyan una petición de pago. Si, aun así, se le envían, el consumidor no está obligado a devolverlos ni a pagarlos. En el caso de que decida devolverlos y tengan algún daño, tampoco está obligado a indemnizar por esos defectos sufridos en el producto. Esta regla no se aplica cuando es evidente que el envío se debe a un error.

La venta automática

La venta automática es la que se realiza mediante **máquinas** en las que el consumidor, previo pago del importe y accionando un mecanismo, puede adquirir productos.



Todas las máquinas de venta **deben informar sobre:**

- Si devuelven **cambio**.
- **Tipo de moneda** con la que funcionan.
- **Producto** que suministran.
- **Precio** del producto.
- **Instrucciones** de uso.
- Datos de **homologación** de la máquina.
- **Identidad** del comerciante.
- Dirección y teléfono donde se atenderán las **reclamaciones**.

Las máquinas de venta instaladas en un local abierto al público con otra actividad pueden ser de una empresa diferente a la del local pero los titulares de la máquina y los de la empresa deben **responder solidariamente del cumplimiento de las obligaciones** derivadas de la venta automática.

REFERENCIAS LEGISLATIVAS

• **Ley 11/1998, de 9 de julio**, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid (BOCM de 16 de julio de 1998), modificada por la Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña, que deja sin contenido el artículo 9 de la Ley 11/1998.

• **Decreto 1/2010, de 14 de enero**, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid (BOCM de 3 de octubre de 2001).

• **Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre**, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (BOE de 30 de noviembre). Modificado por la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (BOE de 23 de diciembre) y por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad.

• **Ley 16/1999, de 29 de abril**, de comercio interior de la Comunidad de Madrid (BOCM de 18 de mayo de 1999),

modificada por la Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña.

• **Ley 7/1996, de 15 de enero**, de Ordenación del Comercio Minorista (BOE de 17 de enero de 1996), modificada por la Ley 29/2009 y por la Ley 1/2010, de 1 de marzo.

• **Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero**, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista (BOE de 17 de enero de 1996).

• **Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero**, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria.

• **Ley 1/1997, de 8 de enero**, reguladora de la Venta Ambulante en la Comunidad de Madrid (BOCM de 13 de enero de 1997), modificada por la Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña y la Ley 5/2010, de 12 de julio, de Medidas Fiscales para el Fomento de la Actividad Económica.

• **Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero**, por el que se regulan determinados aspectos de la venta a distancia y la inscripción en el registro de empresas de venta a distancia. Modificado por el Real Decreto 200/2010, de 26 de febrero.

Información sobre consumo



Esta guía ha sido elaborada por

