

## Acuerdo Marco

Escrito por Administrator  
Viernes 15 de Octubre de 2010 21:05

---

- [1. Ámbito Geográfico](#)
- [2. Duración](#)
- [3. Suscripciones](#)
- [4. Descuentos](#)
  - [4.1. Prensa Diaria](#)
  - [4.2. Revistas y resto de publicaciones](#)
- [5. Portes](#)
- [6. Productos](#)
  - [6.1. Formatos](#)
  - [6.2. Selección de gama](#)
  - [6.3. Vales y Cartillas](#)
  - [6.4. Envío y recepción](#)
    - [6.4.1. Mecánica y plazos](#)
    - [6.4.2. Reposiciones y atrasados](#)
  - [6.5. Devolución](#)
    - [6.5.1. Mecánica](#)
    - [6.5.2. Plazos de devolución](#)
- [7. Facturación](#)
  - [7.1. Fianzas](#)
- [8. Evolución de la red de establecimientos](#)
- [9. Cambios en la naturaleza jurídica](#)
- [10. Publicidad adicional](#)

## **DOCUMENTO DE ACUERDO COMERCIAL MARCO ENTRE EDITORES , DISTRIBUIDORES Y VENDEDORES DE PRENSA**

Los pactos establecidos en el presente acuerdo tienen carácter de mínimos. Prevalecerán los acuerdos individuales que mantengan o puedan alcanzarse entre cada distribuidor - editor - vendedor de prensa que mejoren la situación de este último.

### **1. Ámbito de aplicación**

Se aplicarán los acuerdos alcanzados a todos los puntos de venta cuya principal actividad sea la venta de prensa y publicaciones periódicas dentro del ámbito geográfico nacional, teniendo en cuenta las peculiaridades propias de cada territorio.

El presente documento es un acuerdo de mínimos y por lo tanto queda al libre pacto cualquier extremo que pueda mejorar lo aquí reflejado.

## 2. Duración

Indefinido salvo denuncia expresa.

## 3. Suscripciones

- \* No se permite la promoción de la suscripción ni en el interior ni en el exterior en ninguna de las partes de los productos.
- \* Existirá igualdad en los PVP y en las ofertas promocionales entre el PV y la suscripción directa. Cualquier demostración de que se aplican mayores ventajas a la suscripción directa implicará la inmediata aplicación de las mismas a toda la red de PV.
- \* El editor promocionará preferentemente al PV como receptor de la suscripción y garantía de recepción de la suscripción en el PV.
- \* El editor promocionará preferentemente el vale (a canjear en el PV) como mecánica de fidelización a su cliente.
- \* El punto de venta se compromete a aceptar dichas formulas comerciales (vales y suscripción directa) y garantía por parte del distribuidor de que estos se abonarán puntualmente y de forma simple y transparente en sus correspondientes facturas.
- \* Los vales no tendrán caducidad alguna.
- \* Los vales tendrán una diferenciación visual fácil según su importe y sus descuentos.

## 4. Descuentos

### 4.1 Prensa Diaria

- \* Descuento sobre el precio de venta (PV) mínimo del 25% de lunes a sábado, 30% los domingos y festivos. En todo caso, el importe percibido por el Punto de Venta nunca será inferior a 0,25€ ó 0,30€ según corresponda.
- \* Descuento adicional sobre el PV en encartes o productos añadidos que implique manipulación por parte del punto de venta ( un 5% por el primer producto encartado y un 3%

adicional por cada nuevo encarte).

En el caso de domingos y festivos, el descuento aplicable ya incluye un posible primer encarte.

\* Establecimiento de 3 días en los que no se editará prensa (Año Nuevo, Viernes Santo y Navidad).

\* Establecimiento de 2 días al año (XX de julio y XX de Diciembre) en el que a los productos de prensa diaria se aplicará el doble del descuento habitual al vendedor (25% y 30% adicional según corresponda al día fijado) sin modificación del precio de portada.

### 4.2 Revistas y resto de publicaciones

\* Publicaciones editoriales descuentos sobre el PV mínimo del 25%. En todo caso, el importe percibido por el PV nunca será inferior a 0,50€. En el caso de que dichos productos tengan promociones o regalos, tanto el descuento como el importe mínimo se aumentará en un 5%.

\* Los productos audiovisuales no coleccionables (sin soporte editorial), tendrán un descuento mínimo del 30% y el importe mínimo será de 2,90€.

\* Comics, cromos y crucigramas tendrán un descuento de un 30%.

\* Resto de productos añadidos (tarjetas de Bus, telefónicas, golosinas, libros,...) se ofertarán al colectivo en condiciones comerciales de mercado competitivas para dichos productos.

\* En el caso de personas físicas, los descuentos estarán sujetos al tipo de IVA y RE básico del sector (en la actualidad el 4% y 0,50% respectivamente). Los productos que superen el indicado 0,50% de RE deberán aumentar el descuento para anular dicho efecto (cromos, cds, ...)

### 5. Portes

\* Los productos llegarán a los puntos de venta sin ningún tipo de cargo en concepto de portes, traslados, recogidas, trabajos auxiliares,...

\* Los puntos que actualmente tengan cargos adicionales por estos conceptos serán suprimidos con independencia a que existan acuerdos por las partes que los autoricen, ya sea con clientes particulares, asociaciones, ... Estos importes no serán reclamados por los puntos de venta al distribuidor con carácter retroactivo.

---

### 6. Productos

#### 6.1 Formatos

- \* Los productos se entregarán en los puntos de venta con la mayor garantía de seguridad, manejo y exposición posible, siendo por cuenta del distribuidor los deterioros que se puedan producir en los mismos.
- \* El formato estándar de los productos no llevará ni cartones ni excederá a sus dimensiones naturales. Los productos con promoción deberán llegar retractilados y generando una base sólida que permita su almacenamiento y exposición apiladamente.
- \* Cuando el editor promoció de forma adicional su producto mediante cartonaje, el distribuidor sólo hará entrega de un máximo de 2 ejemplares con el formato ampliado. Los puntos de venta se comprometen a mantener dichos ejemplares en exposición durante la vigencia del producto en el mercado.
- \* En el caso de que por causa justificada fuere imposible en algún producto aplicar la norma anterior, a dicho producto se le aplicará un descuento adicional al habitual del 5%

### 6.2 Selección de gama

- \* El PV como único propietario del establecimiento podrá elegir la gama y/o productos que no desea comercializar, debiendo el distribuidor establecer los mecanismos operativos para que este no reciba productos que el PV haya comunicado de forma expresa que no desea recibir.
- \* El distribuidor tendrá derecho a enviar nuevos productos que considere de interés comercial siempre que estos no vayan contra el deseo expreso indicado en el punto anterior por el PV respecto a su género (prensa extranjera, pornografía, golosinas, ...).

### 6.3 Vales y Cartillas

- \* No se admite la actual mecánica aplicada por los distribuidores respecto a los vales. Para las promociones vigentes en la firma del acuerdo se establecerá la mecánica transitoria para las mismas.
- \* Cualquier nueva fórmula promocional requerirá la aprobación de la misma por parte del sector representado mediante una comisión establecida para ello.
- \* El PV mantendrá una disponibilidad absoluta de comercialización de dichos productos promocionales, siempre que los métodos para comercializarlos no implique un perjuicio para el PV.
- \* La entrega de regalos o productos adicionales con sobrepeso a cambio de cartillas, deberán contemplar una comisión para el PV según la tabla adjunta sobre el valor de la cartilla.
- \* En el proceso de devolución de las cartillas, se establece un 10% de margen por error o extravío de las mismas.

\* Respecto defectos en el contenido de las cartillas el distribuidor sólo podrá cargar el valor del cupón erróneamente relleno, debiendo proceder respecto al resto con el envío del producto promocionado, es decir, si existiese un error en uno de los cupones que rellenan la cartilla, el distribuidor sólo podrá cargar al PV el precio del diario donde estaba el cupón que falta, no la totalidad de la cartilla.

## 6.4 Envío y recepción

### 6.4.1 Mecánica y plazos

\* Excepto la prensa diaria, los productos se entregarán al PV de lunes a viernes. Cualquier circunstancia que requiera alterar este principio deberá ser aprobada por la comisión que represente al canal y el PV deberá ser informado con antelación el mismo.

\* En los productos promocionales, atípicos, ... se entregarán el día antes de su puesta a la venta, no antes (incluidos los suplementos dominicales). Como excepción, los sábados se entregarán los productos de domingo y lunes.

\* La prensa diaria se podrá dejar a puerta cerrada, siendo el único responsable de su falta, extravío o deterioro el propio distribuidor. Los PV se comprometen junto con el distribuidor a buscar soluciones cuando dicho tipo de entrega implique mermas de forma habitual.

\* El resto de los productos deberán ser entregados a puerta abierta. El PV autorizará individualmente la entrega de productos a puerta cerrada en caso de que sea de su interés.

\* Si por causas ajenas al PV un producto de prensa diaria se recibiese físicamente en el PV en cantidad inferior al 50% del servicio teórico reflejado en el albarán o del habitual y necesario para atender a los clientes, el distribuidor abonará la diferencia no recibida a valor de precio venta al público concepto de indemnización por las ventas perdidas.

\* El PV firmará los albaranes de recepción de producto como justificante de haber recibido el dicho albarán de entrega. En ningún caso la firma del albarán implicará la aceptación de su contenido, sino el conforme a que le ha sido entregada copia de ese albarán para su repaso evitando de esta forma cargues de albaranes que nunca hayan llegado físicamente al PV.

\* El PV deberá realizar las reclamaciones por diferencias en la entrega en un plazo de 30 días desde la recepción del producto y el distribuidor deberá atenderlas en un máximo de 15 días (en los meses de julio y agosto dichos plazos se doblarán). Si existiesen causas justificadas el punto de venta podrá efectuar reclamaciones fuera del plazo antes establecido, debiendo el distribuidor atenderlas en un plazo no superior a 45 días.

\* Los albaranes recibidos en el PV deberán contener como mínimo los siguientes datos: código del producto, descripción, serie, PVP, descuento, IVA, fecha de caducidad y en su caso día de puesta a la venta.

\* Los albaranes deberán estar valorados a PVP y a Precio de coste

\* Los productos deberán mantener su descripción y EAN, no pudiéndose cambiar libre y aleatoriamente lo que implica dificultades en su identificación y codificación por parte del PV.

### 6.4.2 Reposiciones y atrasados

- \* Todos los productos atrasados solicitados por el PV y no servidos por el distribuidores un plazo de 15 días, se podrán devolver sin que se pueda rechazar por parte del distribuidor como "fuera de plazo".
- \* En los casos que el pedido atrasado suponga un aumento del PVP del propio producto (prensa y promociones) el distribuidor deberá notificarlo al punto de venta antes de servirlo.
- \* Con carácter general se considerarán reposiciones y no atrasados (no podrán alterar su PVP) los pedidos solicitados del último número recibido (considerando la fecha del pedido como referencia no la fecha de tramitación).

## 6.5 Devolución

### 6.5.1 Mecánica

- \* El distribuidor recogerá la devolución todos los días de lunes a viernes siempre que el PV la ponga a su disposición.
- \* El PV deberá devolver todos los productos en paquetes perfectamente identificados, adaptándose en lo posible a las necesidades que cada distribuidor requiera para identificar los paquetes. El distribuidor deberá poner los medios necesarios para que el PV pueda adoptar dicha mecánica.
- \* El PV podrá devolver todos los productos que considere necesario, con independencia a que el distribuidor los haya solicitado o los haya facturado.
- \* El distribuidor deberá abonar la totalidad de los productos devueltos siempre que estén dentro de los plazo máximos de devolución.
- \* Las devoluciones deberán abonarse en su totalidad por el distribuidor en la factura semanal de cargo (donde se cargan los productos servidos de lunes a domingo y se abonan las devoluciones recogidas de lunes a viernes).
- \* El abono de las devoluciones no podrá posponerse por el distribuidor a que el producto esté cargado, es decir, si el distribuidor por interés propio, realiza cargues aplazados de algún producto, su abono no se retrasará a que dichos cargos sean efectivos.
- \* Se facilitará o consensuará un documento que deberá firmar el agente del distribuidor o repartidor, en el que se confirme la cantidad de paquetes recogidos. Dicha firma no implicará la aceptación por parte del distribuidor del contenido de los mismos, pero si la retirada del chofer de los paquetes reflejados en el documento
- \* El PV tendrá un plazo de 30 días desde la recepción de la factura semanal de cargo para realizar las reclamaciones por diferencias en los abonos de devolución. El distribuidor tendrá que tramitar las reclamaciones en la siguiente factura semanal. En todo caso dichos plazos podrán ser alterados si existen causas que lo justifiquen.
- \* En las reclamaciones prevalecerá el principio de validez del PV. En el caso de que existan situaciones persistentes o que den indicios de fraude por parte del PV el distribuidor lo

## Acuerdo Marco

Escrito por Administrator  
Viernes 15 de Octubre de 2010 21:05

---

comunicará tanto al PV como a la Comisión de representantes del canal los cuales intentarán darle solución o pactarán la sanción correspondiente.

---

### 6.5.2 Plazos de devolución

Los plazos se contarán desde el último número recibido por el punto de venta y no desde su fecha de portada o fecha de albarán que en ocasiones es equívoca.

- \* Prensa diaria: 21 números inclusive
- \* Revista: (dependerá de su periodicidad):
  - o Semanales: 4 números inclusive
  - o Quincenales: 3 números inclusive
  - o Mensuales: 2 números inclusive
  - o Bimensuales: 1 números inclusive
  - o Trimestrales: 1 números inclusive
  - o Semestrales o superior: 1 números inclusive
- \* Fascículos y Coleccionables: 25 números desde el actual o en su caso 30 días desde la aparición del último número.
- \* Promociones de Prensa: 4 números desde el actual o en su caso 30 días desde la aparición del último número.

Cualquier producto que cese o finalice su distribución, el distribuidor deberá obligatoriamente pedir por escrito, de forma expresa y en documento separado, su devolución y se tendrá un plazo de 30 días para que el PV proceda a la misma.

## 7. Facturación

- \* Los distribuidores emitirán facturas semanales que contendrán los envíos de lunes a domingo y las devoluciones de lunes a viernes.
- \* El punto de venta tendrá un plazo de 10 días desde la recepción de la factura para realizar el pago de la misma.
- \* Si existiesen diferencias importantes en el importe de la factura deberá comunicarlo dentro de

este plazo al distribuidor, el cual sólo cobrará el importe con el que el PV está realmente conforme, quedando pendiente la aclaración por parte del distribuidor de la diferencia comunicada, la cual una vez aclarada deberá ser solucionada, bien mediante factura de abono por parte del distribuidor, bien mediante el pago del importe adeudado por el PV según corresponda.

\* El Distribuidor no podrá cortar el suministro cuando el impago venga justificado por reclamaciones no atendidas, devoluciones no abonadas o diferencias en albaranes no solucionadas.

\* De producirse un impago injustificado por parte del PV, el distribuidor podrá interrumpir cautelarmente el servicio. El distribuidor, deberá recoger la devolución del PV para evitar dolos por fuera de plazo al PV siempre que este lo solicite.

\* Dicha medida deberá ser comunicada fehacientemente por parte del distribuidor al PV por escrito con 72 horas de antelación a su ejecución, tiempo que tendrá el PV para subsanar el impago o justificar debidamente el mismo.

\* Las reclamaciones pasadas de plazo por parte del distribuidor (cursadas en plazo por PV y no abonadas o justificadas por el distribuidor) podrán ser deducidas del pago por el PV con la mera acreditación de las mismas al distribuidor.

### **7.1 Fianzas**

#### **7.1.1 Puntos de Venta de nueva creación**

\* Las fianzas podrán ser aportadas por el PV en metálico, aval bancarios o cualquier otro mecanismo legal que asegure al cobro de las facturas al distribuidor.

\* Las distribuidoras podrán establecer fianzas por importe igual al promedio de facturación semanal de un punto de venta medio de cada localidad.

#### **7.1.2 Puntos de Venta ya existentes**

\* Las fianzas sólo se aplicarán en el caso de que el anterior propietario del PV haya solicitado la liquidación de su cuenta con el distribuidor. Un cambio de propietario no implicará nueva fianza ni actualización e la misma si no existe liquidación de cuentas con el anterior propietario.

#### **7.1.3 Para todos los Puntos de Venta**



## **Acuerdo Marco**

Escrito por Administrator

Viernes 15 de Octubre de 2010 21:05

---

\* Si en un plazo de 3 meses, el punto de venta esta al corriente de pago y no ha producido incidentes en el mismo, la fianza inicialmente exigida será retornada.

\* Los editores i/o distribuidores vendrán obligados, en todo caso, a depositar las fianzas en la institución u organismo que legalmente corresponda.

### **8. Cambios en la Naturaleza jurídica**

\* Quedan mutuamente las partes autorizadas a cualquier cambio en su naturaleza jurídica bastando una mera comunicación fehaciente para que sea de inmediata aplicación.

\* La fusión, adquisición, traspaso del negocio por cualquiera de las partes obliga a comunicar al nuevo adquirente y a subrogarse este a la condiciones pactadas en el presente contrato bastando una mera comunicación fehaciente para que sea de inmediata aplicación .

### **9. Evolución de la red de establecimientos**

Se establece que a las gasolineras, supermercados y panderías no se podrá distribuir ni prensa ni productor editoriales siempre que éstas estén ubicadas en el núcleo urbano (desarrollo legal que lo ampare)

### **10. Publicidad adicional**

Se establecerá una comisión mixta entre PV, editores y distribuidores con el fin de establecer mecanismos de retribución al PV respecto a la publicidad ajena al cuerpo de los productos principales (prensa, revista, suplementos, ...) pero incluidas de diferentes formas en los mismos. En todo caso, la retribución mínima para el punto de venta por la inclusión de dicha publicidad será de 0,10€ adicionales al descuento o importe mínimo aplicable en dicha publicación.