



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

C | CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS en el sector de **cerrajería**



MADRID

Presentación

La elaboración de Códigos de Buenas Prácticas en diferentes sectores comerciales, empresariales y profesionales constituye, para el Ayuntamiento de Madrid, un procedimiento eficaz que contribuye a la mejora permanente de la actividad comercial, promoviendo su autocontrol, a fin de elevar el nivel de calidad y seguridad de los servicios prestados por los establecimientos comerciales de nuestra ciudad, incrementando la protección de los derechos e intereses de la ciudadanía madrileña.

Fomentar la autorregulación y el autocontrol en diferentes sectores, favorecer la participación de las organizaciones empresariales y de las asociaciones de consumidores en la mejora continua del ámbito del consumo y garantizar la protección, los derechos y los intereses económicos de los consumidores, son prioridades que desde el Ayuntamiento de Madrid se quieren potenciar mediante medidas como la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas.

En esta publicación se recogen los requisitos que la normativa establece, así como una relación de buenas prácticas que los empresarios deberán desarrollar para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Con su edición, el Área de Gobierno que ostenta las competencias en materia de consumo invita a establecimientos y empresas de cada sector a la adhesión al presente Código de Buenas Prácticas.

El distintivo “Buenas Prácticas”, que concede el Ayuntamiento de Madrid, es símbolo de garantía para las personas consumidoras, y elemento diferenciador entre las empresas.

Finalmente, agradecer a todos los que han intervenido en la realización de este trabajo en equipo, especialmente a la Consejería competente en materia de consumo de la Comunidad de Madrid, a las organizaciones empresariales y a las asociaciones de consumidores.

NOTA ACLARATORIA

En aquellos casos en los que este código utiliza sustantivos de género masculino para referirse a personas, debe entenderse que se utilizan de forma genérica, con independencia del sexo de las personas mencionadas, de acuerdo con los criterios establecidos por la Real Academia Española y con estricta igualdad a todos los efectos.

Introducción	6
1. Objetivo del código	7
2. Ámbito de aplicación	8
3. Requisitos legales aplicables al sector	9
3.1. Información precontractual	9
3.2. Información sobre los productos: etiquetado	11
3.2.1. Requisitos de información generales comunes a todos los productos	11
3.2.2. Requisitos específicos que han de reunir los productos de cerrajería por su condición de productos industriales	12
3.2.3. Marcado CE en productos industriales	13
3.3. Documentación	14
3.3.1. Contratos	14
3.3.2. Contratación a distancia y fuera de establecimiento comercial	15
3.3.3. Presupuesto	20
3.3.4. Orden de trabajo	22
3.4. Facturas	23
3.5. Piezas de repuesto	24

3.6. Garantías.....	25
3.6.1. Garantía legal.....	25
3.6.2. Garantía comercial adicional	27
3.7. Responsabilidades.....	28
3.8. Reclamaciones y servicio de atención al cliente.....	29
3.9. Publicidad	30
3.10. Protección de datos.....	31
3.11. Gestión medioambiental	32
3.12. Horarios en días laborables y publicidad de horarios.....	33
3.13. Seguridad de los productos y red de alerta	33
4. Compromisos de actuación.....	34
4.1. En materia de consumo.....	34
4.2. Prestación del servicio	35
5. Seguimiento de la aplicación del código.....	37
6. Revisión y vigencia del código.....	38
7. Anexo I. Definiciones	39
8. Anexo II. Marco jurídico aplicable	43
9. Anexo III. Formulario de desestimiento.....	45
10. Anexo IV. Protocolo de autocontrol.....	50

Introducción

El presente código de buenas prácticas en el sector de cerrajería constituye la actualización del editado por el Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid, elaborado en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 15 de julio de 2009, firmado con la **Asociación Madrileña de Cerrajeros (ASMACE)** y aprobado por el **Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid**.

Cuenta con el consenso de las Asociaciones de Consumidores de mayor representación en el municipio de Madrid.

Este código se articula sobre una serie de requisitos legales que son de aplicación al sector de cerrajería y a unos compromisos de actuación en materia de calidad, resolución de reclamaciones, mejoras en la prestación del servicio, etc., que exceden del contenido de aquellos, y que tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores, así como incrementar el nivel de calidad y seguridad de la actividad desarrollada en estos establecimientos.

Con la edición de este código se promueve el autocontrol en el sector de cerrajería y se garantizan unas correctas prácticas que redundan en una mayor protección de los derechos de los consumidores.

Finalmente, aquellos empresarios que se adhieran al presente código y se comprometan, por tanto, a cumplir su contenido, podrán obtener el distintivo “Buenas Prácticas” que otorga el Ayuntamiento de Madrid, símbolo de garantía para los consumidores que sitúa a los establecimientos que lo exhiban en una posición relevante con respecto a otras empresas de la competencia.

1. Objetivo del código

El presente código de buenas prácticas pretende constituir un manual práctico que facilite el cumplimiento de la normativa aplicable a las empresas del sector de cerrajería, con el objeto de promover la calidad de sus servicios y acrecentar el grado de protección de los derechos de los consumidores.

Las empresas que se adhieran a este código se comprometen, entre otros aspectos, a llevar a cabo un adecuado autocontrol de la actividad desarrollada, en cuyo ejercicio deberán exhibir el distintivo de calidad empresarial “Buenas Prácticas” otorgado por el Ayuntamiento de Madrid acreedor de la confianza de los madrileños y diferenciador de la competencia.

2. Ámbito de aplicación

El presente código de buenas prácticas será de aplicación a aquellos empresarios y profesionales que dediquen su actividad a los servicios de cerrajería, pertenecientes o no a la **Asociación Madrileña de Cerrajeros “ASMACE”**, que voluntariamente formalicen su adhesión al mismo y tengan su domicilio social, o una sucursal, en el municipio de Madrid.

3. Requisitos legales aplicables al sector

Los requisitos legales recogidos en este apartado del código de buenas prácticas no eximen del cumplimiento de toda la normativa aplicable a este sector. Se ha optado por resumir y distinguir los requisitos legales relativos a los derechos de los consumidores de aquellos compromisos voluntarios que asume el empresario que se adhiera al mismo y que aparecen en el epígrafe 4 de este código.

En todo caso, ha de tenerse en cuenta que podría considerarse desleal por engañosa la práctica consistente en presentar un derecho otorgado por la legislación de consumidores como si fuera un compromiso o característica distintiva de la oferta del empresario.

3.1 Información precontractual

Antes de que el consumidor quede vinculado por un contrato u oferta, el empresario ha de facilitarle de forma clara y comprensible, salvo que resulte manifiesta por su contexto, información relevante sobre las características principales del contrato, especialmente las jurídicas y económicas. Son relevantes, entre otros datos, la identidad social y fiscal del empresario, las características principales del servicio, el precio total (IVA incluido) y los gastos adicionales que procedan por transporte, desplazamiento y recargos por urgencia o servicio fuera de la jornada normal, siendo especialmente importante la información relativa al tiempo previsto para la presentación del cerrajero en el domicilio del consumidor cuando hay una solicitud de servicio urgente, en los términos definidos en el Anexo I de este código. Así mismo, habrá de informarle sobre los procedimientos de pago, entrega, tramitación de reclamaciones y sistema extrajudicial de conflictos al que se haya adherido el empresario (por ejemplo, el arbitraje de consumo), debiendo hacerse un recordatorio sobre la existencia de garantía legal y el derecho de desistimiento que pudiera corresponder al consumidor, con sus plazos, forma de ejercicio y formulario, que aparece en el Anexo III de este código.

Si el precio de la reparación, instalación o mantenimiento solicitados está sujeto a la elaboración de presupuesto, ha de indicarse al consumidor la forma de calcularlo, informando además de los otros gastos adicionales mencionados que sean aplicables, así como de la posibilidad de cobrar la confección de presupuesto no aceptado por el servicio de diagnóstico efectuado, junto a su cuantía y gastos adicionales que procedan.

El empresario puede realizar cargos por la utilización de medios de pago (tarjetas de crédito o de débito), pero están supeditados al previo anuncio de los mismos, lo que conlleva la exhibición de los logotipos de las tarjetas admitidas. El consumidor debe pagar la cantidad por la que está anunciado el producto o servicio, pudiendo el empresario, si así lo publicita, cobrarle al consumidor además un importe por la utilización de este medio de pago. En tarjetas de débito puede cargar un 0.1% del valor de la operación, si ésta es inferior a 20 euros y un 0.2% si es superior a esta cantidad, con un máximo de 7 céntimos por euro. Para tarjetas de crédito estos porcentajes son el 0.2% y el 0.3% respectivamente, no habiendo importe máximo establecido. Asimismo, el empresario puede fijar una cantidad mínima para admitir el pago con tarjeta, siempre que así esté anunciado en el lugar donde se exhiben los logotipos de las tarjetas admitidas.

El personal que realice la prestación de los **servicios de cerrajería a domicilio**, deberá disponer, para su entrega al consumidor, si este lo requiere, de una **hoja informativa** donde se especifiquen:

- Los precios aplicables por tiempo de trabajo y los gastos de desplazamiento, en su caso.
- Los precios de aquellos otros servicios ofertados, así como los recargos a aplicar por trabajos efectuados con carácter de urgencia o fuera de la jornada usual a petición del usuario. Los precios deberán incluir todo tipo de impuestos, cargas o gravámenes, haciendo referencia a esta inclusión.

Esta obligación de presentar una hoja informativa, si lo pide el consumidor, es independiente de la que tiene el cerrajero de facilitar la información precontractual ya indicada al principio de este epígrafe, por cualquier medio y aunque no la solicite específica y expresamente el consumidor. Se trata de que el consumidor conozca los elementos esenciales del servicio cuando establece contacto presencial, telefónico o electrónico para solicitarlo, incluidos los parámetros de determinación del precio sujetos a la confección de presupuesto previo. El empresario ha de tener presente que ha de ser él quien pruebe que ha proporcionado tal información precontractual, para lo cual es importante que tenga en cuenta las formalidades relativas a la contratación a distancia y fuera de establecimiento comercial que se indican en el epígrafe 3.3.2 de este código y son tan frecuentes en el sector.

El empresario tendrá a disposición del público, tanto en los servicios prestados en sus propios establecimientos como en los domicilios de los usuarios, justificación documental que acredite el origen, naturaleza y precio de las piezas de repuesto utilizadas en las reparaciones.

3.2. Información sobre los productos: etiquetado

3.2.1. Requisitos de información generales comunes a todos los productos

Con carácter general, el etiquetado y presentación de los bienes puestos a disposición de los consumidores deberán ser de tal naturaleza que no se induzca a error al consumidor, especialmente sobre las características del bien y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención, lo que implica que no se pueda atribuir al producto un efecto o propiedad que no posea, o la existencia de características particulares cuando todos los bienes similares las tengan.

Las indicaciones obligatorias del etiquetado y presentación de los productos comercializados en España deberán figurar, al menos, en castellano.

3.2.2. Requisitos específicos que han de reunir los productos de cerrajería por su condición de productos industriales

Junto a lo anterior, la normativa aplicable al sector regula los datos mínimos que necesariamente deberán figurar en el etiquetado de los productos que venden los empresarios y lleguen al consumidor como productos industriales, a fin de asegurarle una información suficiente. Dichos datos incluyen, entre otros, los siguientes:

- Nombre o denominación usual o comercial 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 (condiciones específicas de transporte y montaje, uso, etc.).
- Lote de fabricación, cuando el proceso de elaboración se realice en series identificables.
- Identificación de la empresa (nombre, razón social, denominación del fabricante o del envasador, transformador o de un vendedor, establecidos en la Comunidad Económica Europea y, en todo caso, su domicilio).

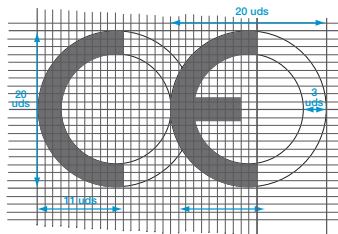
Los productos industriales de cerrajería que se suministren no envasados al consumidor deberán incorporar la información obligatoria prescrita en el Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, que aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de productos industriales de venta directa. Esta información podrá figurar en una etiqueta sobre el propio producto, o bien en un folleto o documento de acompañamiento que ha de entregarse al comprador, salvo que las características del producto o su forma de comercialización no lo permitan, en cuyo caso se conservará en poder del vendedor tal documentación, para permitir una correcta identificación del producto y suministrar la información que el consumidor le solicite.

3.2.3. Marcado CE en productos industriales

Los productos de cerrajería, que incluyen algunos de instalación o reparación frecuentes en el sector, como son las cerraduras, cajas fuertes, etc., deben llevar también el marcado CE.

Este se coloca por el fabricante o por un representante autorizado y certifica la conformidad del producto con los requisitos establecidos en la normativa comunitaria que regula su comercialización.

Consiste en las iniciales “CE”, según el siguiente modelo y dimensiones:



No obstante, podrá reducirse o ampliarse respetando las proporciones señaladas en el mismo.

Si la legislación específica no impone dimensiones concretas, el marcado CE tendrá una altura mínima de 5 mm.

3.3. Documentación

3.3.1. Contratos

Las actuaciones llevadas a cabo en ejecución de los servicios de cerrajería deberán ajustarse a las prestaciones contratadas.

Las empresas del sector deberán cumplir los siguientes requisitos en los contratos con los consumidores:

- a) Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.
- b) Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor el conocimiento de su existencia y contenido, previamente a la celebración del contrato. No podrán incluirse en los documentos que proporcione la empresa al consumidor cláusulas que afecten a los derechos de este con letra de tamaño inferior a 1,5 mm.
- c) Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe, causen un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones derivadas del contrato en perjuicio del consumidor. De forma específica pueden considerarse abusivas las cláusulas que impongan obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos reconocidos al consumidor en el contrato.

En los contratos con consumidores 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, cuando estas sean utilizadas en la contratación.

3.3.2. Contratación a distancia y fuera de establecimiento comercial

Como consecuencia de la solicitud de servicios de urgencia por parte de los consumidores, se hace necesaria, en el marco de esta actividad empresarial, la formalización de **contratos a distancia**, al no darse la presencia física simultánea de los contratantes y utilizarse exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de celebración del contrato o en ese mismo momento. Lo más frecuente en el sector es utilizar el teléfono e Internet para negociar y/o contratar el servicio dentro del sistema de contratación a distancia organizado por el empresario o un tercero, por ejemplo, el titular de una plataforma en línea que conecta al empresario con el consumidor.

También es frecuente que se celebre el contrato en el domicilio del consumidor, con presencia física simultánea de este y del empresario, aunque haya sido el consumidor quien contacte previamente con el cerrajero para solicitar un servicio. Si la negociación se ha desarrollado en el domicilio pero luego se perfecciona el contrato en el establecimiento del empresario, o utilizando un medio a distancia, el contrato seguirá teniendo la consideración de celebrado fuera de establecimiento comercial si el momento de prestación del consentimiento es inmediatamente posterior a la fase de negociación.

En cualquiera de estos dos tipos especiales de contratación, y antes de que el consumidor quede vinculado por el contrato o la oferta correspondientes, el empresario ha de facilitarle, de forma clara, comprensible y en español la información precontractual indicada anteriormente y, además, otros datos, entre los cuales están los siguientes:

- Identidad y dirección del empresario, de forma que se permita contactar de forma eficaz con aquel y, si procede, reclamar de manera fehaciente. Para cumplir con esta obligación ha de proporcionar su nombre o denominación social, su número de identificación fiscal, sus datos de inscripción en el Registro Mercantil (en el caso de personas jurídicas), la dirección completa del establecimiento del empresario, así como un número de teléfono y su dirección de correo electrónico. Si actúa por cuenta de otro empresario debe identificarle y dar su dirección completa.

- Características principales del servicio, en la medida adecuada al soporte utilizado y al producto vendido.
- Precio total, incluidos los impuestos, tasas y todos los gastos adicionales, transporte, desplazamiento, urgencia o servicio fuera de la jornada habitual, debidamente separados.
- Plazo de validez de la oferta, forma de pago, fecha de prestación del servicio o duración mínima del servicio si se contrata uno de ejecución permanente o repetida.
- Recordatorio sobre garantía legal y condiciones, si existe, de la garantía comercial.
- Plazo, procedimiento y formulario que sean precisos para ejercer el derecho de desistimiento, en caso de que proceda (informando sobre los costes que la posible devolución supongan al consumidor) y, si no procede este derecho, indicación de su ausencia.
- Códigos de conducta y sistemas de resolución extrajudicial de conflictos a los que esté adherido el empresario.
- Información sobre la oficina o servicio de atención al cliente.

En un contrato a distancia el empresario facilitará esta información al consumidor o la pondrá a su disposición de forma acorde a la técnica a distancia utilizada, debiendo ser legible si se facilita en un soporte duradero. En todo caso ha de respetarse el principio de buena fe, así como de protección de quienes sean incapaces de contratar.

Si el contrato a distancia se efectúa por medios electrónicos e implica una obligación de pago, el empresario pondrá en conocimiento del consumidor, de forma destacada y justamente antes de que este efectúe su pedido, los datos de identificación empresarial, el precio total desglosado y duración del contrato o de las obligaciones del consumidor, si procede. El empresario ha de velar porque el consumidor, al efectuar su pedido, confirme expresamente que es consciente de que implica una obligación de pago. Si utiliza un botón o mecanismo similar ha de utilizar la expresión “pedido con obligación de pago” u otra equivalente.

Cuando el contrato a distancia implique una limitación de espacio o de tiempo - por ejemplo, cuando se contrata telefónicamente suele haber una limitación temporal - el empresario ha de facilitar, en el soporte técnico que utilice, los datos de identificación y precio total, así como de duración y derecho de desistimiento que pueda proceder.

Las obligaciones de información se prolongan después de celebrar un contrato a distancia, pero entrañan una mayor exigencia desde el punto de vista formal. El empresario ha de facilitar al consumidor la confirmación del contrato celebrado, en un soporte duradero y en un plazo razonable - como muy tarde antes de iniciar el servicio - de forma que incluya toda la información precontractual obligatoria, salvo que se haya proporcionado en soporte duradero antes de contratar. El empresario también ha de facilitar las condiciones generales de contratación antes de que el consumidor quede obligado, para que pueda almacenarlas, debiendo indicarle los trámites que deba seguir para celebrar su contrato.

Cuando el contrato se celebre fuera de establecimiento comercial, el empresario ha de facilitar la información precontractual obligatoria en papel o, si accede el consumidor, en otro soporte duradero que sea legible. Después de contratar ha de facilitar una copia del contrato, pero también puede confirmarlo en papel o, si el consumidor está de acuerdo, en otro soporte duradero diferente. Es importante que el empresario tenga en cuenta que si el consumidor quiere que el servicio solicitado empiece durante el plazo de desistimiento (14 días naturales, a contar desde el día de celebración del contrato) debe exigir al consumidor una solicitud expresa, en ese sentido, en un soporte duradero.

En cualquier caso corresponde al empresario probar que ha cumplido con las obligaciones de información que le atañen, debiendo tomar las medidas oportunas para identificar inequívocamente al consumidor con el que contrata. Si el cerrajero no cumpliera con los requisitos de información relativos a los gastos adicionales ya indicados no estaría obligado el consumidor a satisfacerlos.

Derecho de desistimiento

Esta expresión se refiere a la facultad del consumidor de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándolo a la otra parte en el plazo establecido para su ejercicio, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase. Este derecho puede originarse por atribución normativa o porque el comerciante, libremente, quiera reconocérselo al consumidor en la oferta, promoción o publicidad que realiza o en el propio contrato, en cuyo caso habrá de informar sobre el plazo y condiciones que se establezcan.

Difícilmente los servicios que presta el empresario del sector suponen el ejercicio del derecho de desistimiento que la normativa de contratos celebrados a distancia o fuera de establecimiento comercial prescribe en beneficio del consumidor. No obstante, el empresario es libre de reconocerlo, informando previamente sobre el plazo y condiciones a que sujete su ejercicio, que nunca han de suponer una penalización para el consumidor.

La citada normativa prevé, con carácter general, un derecho a desistir del contrato celebrado a distancia o fuera de establecimiento comercial durante un período de 14 días naturales, contados a partir del día en que se celebró de forma que pueda dejarlo sin efecto sin tener que indicar motivo alguno. Pero el artículo 103 del 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, reconoce excepciones y especificidades a este derecho que pueden darse en el sector:

- Cuando el servicio haya sido completamente ejecutado no cabe tal derecho, pero sólo si ha empezado con el consentimiento expreso del consumidor y el reconocimiento, por su parte, de que es consciente de que una vez ejecutado totalmente el servicio perderá tal derecho.
- Si se le suministran al consumidor bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados.

- Cuando el consumidor solicita un servicio de reparación o mantenimiento urgente y en esa visita se prestan servicios adicionales a los solicitados en un principio, o se suministran bienes distintos de las piezas de recambio utilizadas para la reparación o mantenimiento solicitados, entonces sí cabe un derecho de desistimiento, pero estará circunscrito al servicio o bien adicional que se haya prestado con ocasión de los que fueron primeramente solicitados.

Si hay contratación a distancia o fuera de establecimiento comercial es obligatorio informar previamente al consumidor. No obstante, si hay excepciones como las referidas y amparadas por la norma es obligatorio informar previamente al consumidor de que no cabe tal derecho.

Si el empresario ha de informar sobre la existencia de este derecho tendrá que utilizar el modelo de formulario de desistimiento (unificado para toda la Unión Europea y que figura en el Anexo III de este Código, reproduciendo el que figura en el correspondiente Anexo de la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el Real Decreto Legislativo 1/2007) que ha de ser facilitado por el empresario como información precontractual.

Cuando proceda su ejercicio el empresario reembolsará todo pago recibido del consumidor, incluidos, en su caso, los costes de entrega; sin demoras indebidas y antes de que hayan transcurrido 14 días naturales desde la fecha en que haya sido informado de la decisión de desistimiento del contrato del consumidor.

En caso de retraso injustificado por parte del empresario respecto a la devolución de las sumas abonadas, el consumidor 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 los que excedan de dicha cantidad.

3.3.3. Presupuesto

El prestador del servicio, antes de su realización, deberá someter a la firma del cliente un **presupuesto** (salvo renuncia expresa del consumidor, en cuyo caso deberá someter a la firma del cliente una orden de trabajo), debiendo constar los siguientes datos:

- Nombre y apellidos o denominación social, domicilio, identificación fiscal y número de teléfono del prestador del servicio.
- Nombre, domicilio del cliente, descripción del servicio solicitado y dirección del lugar donde debe ser realizado, en el caso de que sea distinto al de residencia, indicando características, calidades y resultado final.
- Motivo de la reparación y diagnóstico de la avería.
- Cantidad, calidad y precio de los materiales a emplear. Referencia a las piezas de repuesto a utilizar, en su caso, cuyos precios deberán corresponderse, con los precios de venta al público de las mismas.
- Precio de la mano de obra por hora, día, metros, superficies, volúmenes u otro tipo de tarifas usuales en el tipo de servicio a realizar.
- Fecha de inicio y finalización del servicio.
- Precio total del servicio, impuestos incluidos.
- Período de garantía del servicio.
- Período de validez de la oferta realizada en el presupuesto.
- Cualquier otra mención que se estime conveniente, siempre que no afecte a los derechos reconocidos de los consumidores, entendiéndose como tal, la correspondiente a posibles circunstancias excepcionales en el objeto de la prestación.
- Fecha y firma o sello del prestador del servicio y en un lugar situado junto a éstos, un espacio recuadrado reservado para la firma del cliente, donde expresamente debe constar en letras mayúsculas, del mismo tamaño que tengan las empleadas en el resto del documento, la frase: "Presupuesto recibido antes de la realización de los trabajos".

En los casos en que exista presupuesto debidamente firmado por el prestador del servicio y el cliente, este hará las veces de orden de reparación.

En el supuesto de que se vayan a utilizar materiales usados constará en un espacio recuadrado, con letras mayúsculas correspondientes en tamaño a las empleadas en el resto del documento, la frase: "Autorizo a la utilización de materiales usados". Dentro del recuadro habrá un espacio reservado para la firma del cliente, en señal de conformidad.

El presupuesto constará de dos ejemplares suscritos por el cliente en señal de conformidad; uno se entregará al cliente, y el otro lo conservará el prestador del servicio, si ha habido aceptación, durante un plazo no inferior al año desde el vencimiento de la garantía.

Este presupuesto tendrá una validez mínima de treinta días desde la fecha de comunicación al usuario, si bien el empresario que se adhiera a este código de buenas prácticas ha de ampliar el plazo legal hasta un **mínimo de 35 días como compromiso de calidad**.

Las averías o defectos ocultos que aparezcan con posterioridad a la realización del presupuesto, deberán ser puestos en conocimiento del cliente por escrito, a la mayor brevedad posible, indicando el incremento del importe del servicio y las causas del mismo. El documento y una copia, que será entregada al cliente, deberán ser suscritos por ambas partes, en señal de conformidad. En el supuesto de no conformidad deberá ser suscrito por el cliente, indicando no aceptado y guardando una copia el cliente.

Las variaciones del presupuesto, cualquiera que sea su naturaleza, deberán constar por escrito y ser objeto de aprobación por el cliente mediante firma.

En el supuesto de que el consumidor no acepte el presupuesto ofertado, el empresario podrá cobrar el importe de elaboración del mismo siempre que acredite que ha informado sobre la obligación y cuantía del pago cuando el consumidor ha efectuado su solicitud. En este caso, al facturarse la elaboración del presupuesto sólo procederá el cobro de gastos de desplazamiento para la elaboración del presupuesto por una sola vez, aunque su confección requiera más de un desplazamiento.

El presupuesto solicitado deberá estar a disposición del usuario en un plazo adecuado a la reparación o servicio interesado, que no podrá ser superior a cinco días hábiles; aunque el empresario que se adhiera a este código asuma, como **compromiso de calidad**, la reducción de ese plazo a un **máximo de tres días**.

La renuncia a la elaboración del presupuesto previo se hará constar de forma expresa en un documento de orden de trabajo, con la frase: “Renuncio al presupuesto previo y autorizo la reparación”, escrita de puño y letra del cliente con la firma de este.

3.3.4. Orden de trabajo

La renuncia a la elaboración del presupuesto previo se hará constar de forma expresa en la orden de trabajo con la frase: “Renuncio al presupuesto previo y autorizo la reparación”, escrita de puño y letra del cliente y la firma de este.

La **orden de trabajo**, además de esa renuncia al presupuesto previo, incluirá los siguientes datos:

- Nombre y apellidos o denominación social, domicilio, identificación fiscal y número de teléfono del prestador del servicio.
- Nombre, domicilio del cliente y dirección del lugar donde debe ser realizado el trabajo, en el caso de que este sea distinto al de residencia.
- Descripción del trabajo solicitado.
- Fecha de inicio y finalización del servicio.
- Período de garantía del servicio.

La orden de trabajo incluirá la siguiente leyenda, en letras mayúsculas correspondientes en tamaño a las empleadas en el resto del documento, a fin de garantizar la información al consumidor: “LA RENUNCIA AL PRESUPUESTO SE EFECTÚA CONOCIENDO EL DERECHO A SOLICITAR PRESUPUESTO PREVIO Y CONOCIENDO LAS POSIBLES CONSECUENCIAS JURÍDICAS Y ECONÓMICAS DE LA RENUNCIA”.

3.4. Facturas

En los servicios prestados a domicilio, una vez realizado el servicio, el prestador del mismo deberá entregar al consumidor una factura en la que al menos consten los siguientes datos:

- Numeración correlativa de la factura.
- Nombre, domicilio, número o código de identificación fiscal y número de teléfono del prestador del servicio.
- Nombre y domicilio del cliente.
- Descripción del servicio realizado.
- Precio total con desglose de operaciones realizadas, materiales, piezas de repuesto utilizadas y el tiempo de mano de obra empleado, así como los conceptos por desplazamiento y otros gastos adicionales, con expresión de sus respectivos importes e impuestos. Al estar la operación sujeta al impuesto del valor añadido deberá incluirse tipo tributario o la expresión “IVA incluido”.
- Período de duración de la garantía.
- Fecha y firma del prestador del servicio y del cliente.
- Transcripción literal del contenido de las normas reguladoras de las garantías vigentes en cada momento.
- En el dorso del documento de factura constarán las siguientes leyendas al objeto de garantizar la información al consumidor:
 - “Los precios presupuestados para los materiales, deberán corresponderse, como máximo, con los precios de venta al público de los mismos”.
 - “La cuantía de la factura deberá corresponderse con la cuantía presupuestada, incluyéndose cualquier modificación realizada al presupuesto inicial”.

En el supuesto de que se pacten pagos parciales durante la prestación del servicio, se deberá expedir y entregar documento acreditativo o factura de los mismos, haciendo indicación expresa de esta circunstancia en el correspondiente documento o factura.

En el caso de que se proceda al cobro de un presupuesto no aceptado se expedirá, tras su entrega, la correspondiente factura que ampare el pago del mismo.

El prestador de servicios a domicilio tendrá a disposición del consumidor justificación documental que acredite el origen, naturaleza y precio de los materiales utilizados en la prestación del servicio.

Los gastos de desplazamiento, no podrán ser exigidos más que por una sola vez, aun cuando el servicio requerido afecte a varias reparaciones. No se cobrarán si el usuario está ausente.

Cuando exista presupuesto, la cuantía y concepto de la factura deberá corresponderse con este.

3.5. Piezas de repuesto

Todas las piezas de repuesto que utilice la empresa en las reparaciones deberán ser nuevas, excepto si el usuario da su consentimiento por escrito para que se utilicen piezas de repuesto usadas o no originales, siempre que estas estén en perfectas condiciones de uso y a precio más bajo que las nuevas.

Todos los servicios están obligados a tener a disposición del público los documentos que acrediten el origen, naturaleza y precio de las piezas de repuesto, así como ofrecer al usuario y entregarle las piezas de repuesto que hayan sido sustituidas, siempre que la reparación no esté amparada por la garantía de la pieza.

En los productos de naturaleza duradera el consumidor tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse.

Las piezas de repuesto deberán suministrarse al cliente en un plazo no superior a un mes desde la fecha de su solicitud, para los aparatos de importación, y no superior a quince días para las piezas correspondientes a aparatos nacionales.

Queda prohibida toda sustitución innecesaria de piezas, cuando ello suponga un incremento del coste para el usuario.

Asimismo, queda prohibido incrementar los precios de los repuestos utilizados en las reparaciones y cargar por mano de obra o desplazamiento cantidades superiores a los costes medios establecidos en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los distintos conceptos. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

Las piezas de repuesto nuevas deberán tener un periodo de garantía de dos años. En el caso de que sean de segunda mano, podrá pactarse un plazo distinto, no inferior a un año.

3.6. Garantías

3.6.1. Garantía legal

Servicio de reparación

La garantía de una reparación tendrá un periodo de validez mínimo de tres meses, aunque el empresario que se adhiera a este código asume el **compromiso de calidad** de ampliar tal periodo hasta los **cuatro meses**. El periodo de garantía se entenderá desde la fecha de la reparación y tendrá validez en tanto no sea manipulado o reparado por terceros.

La garantía se entiende total sobre la reparación efectuada y cubrirá todos los gastos que se puedan ocasionar, tales como transporte, desplazamiento de operarios, piezas de repuesto y material de cualquier clase, así como la imposición fiscal que grave esa nueva operación, respondiendo ante el consumidor de cualquier falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del bien, dentro de los plazos y condiciones establecidos.

No se podrá reclamar una nueva reparación con cargo a la garantía cuando la avería se produzca como consecuencia de un uso inadecuado del aparato o por causas de fuerza mayor, circunstancias que habrán de ser probadas por el prestador del servicio.

Si durante el período de garantía se reprodujera total o parcialmente una avería reparada o surgiera una nueva deficiencia originada por la misma reparación o instalación, el usuario deberá comunicar esta circunstancia al establecimiento que prestó la garantía. En este caso el usuario tendrá derecho a la reparación gratuita por el establecimiento garante.

Si durante el período de garantía de la reparación se produce una nueva avería y no existe acuerdo entre el servicio de asistencia técnica y el usuario respecto a si la deficiencia está cubierta por la garantía prestada, el usuario podrá optar entre utilizar los servicios del propio establecimiento garante o los de otro distinto, para que la deficiencia sea subsanada. En caso de acudir a otro cerrajero, el usuario deberá comunicarlo así al establecimiento que prestó la garantía, con antelación suficiente para que pueda intervenir en el nuevo proceso de reparación. Realizada esta, si persiste la falta de acuerdo, el usuario deberá satisfacer el importe. Con posterioridad, podrá presentar la correspondiente denuncia o reclamación ante los Servicios competentes.

El prestador del servicio puede exonerarse de responsabilidad si la avería sobrevenida se deriva de la no aceptación por parte del usuario de la reparación de averías ocultas previamente comunicadas, siempre y cuando la referida falta de aceptación se haga constar en la factura.

Falta de conformidad

En relación con los productos de cerrajería (cajas fuertes, etc.) así como con los componentes instalados (cerraduras, por ejemplo), el vendedor responde de las faltas de conformidad que se manifiesten en un plazo de dos años desde la entrega. En los productos de segunda mano, el vendedor y el consumidor podrán pactar un plazo menor, que no podrá ser inferior a un año desde la entrega.

Salvo prueba en contrario, la entrega se entiende hecha en el día que figure en la factura, en el tique de compra o en el albarán de entrega correspondiente, si este fuera posterior.

El vendedor está obligado a entregar al consumidor que ejercite su derecho de garantía a la reparación o sustitución, justificación documental de la entrega del producto, en la que conste la fecha de entrega y la falta de conformidad que origina el ejercicio del derecho.

Del mismo modo, junto con el producto reparado o sustituido, el vendedor entregará al consumidor justificación documental de la entrega en la que conste la fecha de ésta y, en su caso, la reparación efectuada.

La falta de conformidad que resulte de una incorrecta instalación del producto se equipará a la falta de conformidad del producto cuando la instalación esté incluida en el contrato de compraventa o suministro y haya sido realizada por el vendedor, bajo su responsabilidad, o por el consumidor, siempre y cuando el defecto de la instalación se deba a un error en las instrucciones para realizarla.

3.6.2. Garantía comercial adicional

En el caso de que los establecimientos de cerrajería ofrezcan garantía comercial, ésta deberá formalizarse al menos, en castellano, y, a petición del consumidor, por escrito, o en cualquier otro soporte duradero y directamente disponible para el consumidor, de forma que le resulte accesible y sea acorde con la técnica de comunicación empleada. La garantía comercial adicional, como mínimo ha de expresar:

- a) El bien o servicio sobre el que recaiga la garantía.
- b) El nombre y dirección del garante.
- c) Que la garantía no afecta a los derechos legales del consumidor ante la falta de conformidad de los productos con el contrato, que serán independientes y compatibles con los que ofrezca aquella.

- d) Los derechos, adicionales a los legales, que se conceden al consumidor como titular de la garantía.
- e) El plazo de duración de la garantía y su alcance territorial.
- f) Las vías de reclamación de que dispone el consumidor.

La acción para reclamar el cumplimiento de lo dispuesto en la garantía comercial adicional prescribe a los seis meses desde la finalización del plazo de garantía.

3.7. Responsabilidades

Las solicitudes de prestación de los servicios por parte de los usuarios deberán ser admitidas, conforme al uso establecido, por los establecimientos dedicados a la cerrajería.

Los establecimientos de cerrajería efectuarán todas las reparaciones requeridas siempre que la realización de las mismas esté dentro de sus posibilidades. En todo caso, informarán por escrito al usuario de forma previa sobre aquella o aquellas que no puedan reparar, con expresión de los motivos de tal imposibilidad.

Se atenderá al usuario sin discriminación alguna y por orden de petición del servicio, salvo causa justificada, no debiendo sufrir postergación los servicios cubiertos por garantía.

El establecimiento quedará obligado a devolver al usuario, de forma inmediata, las cantidades percibidas en exceso sobre los precios reglamentarios, sobre los anunciados o los presupuestados.

Los prestadores de servicios serán responsables de los daños y perjuicios causados a los consumidores, salvo que prueben que han cumplido las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del servicio.

Si el servicio contratado por el consumidor ha sido posteriormente subcontratado no se produce una liberación de responsabilidad del empresario con quien consintió aquel/lla.

Los establecimientos responderán en todo momento de que los productos, bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores sean seguros.

3.8. Reclamaciones y servicio de atención al cliente

Todos los establecimientos tendrán a disposición de los clientes hojas de reclamaciones y exhibirán, de modo permanente y perfectamente visible al público, el cartel oficial que anuncie su existencia, que indicará: “Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor”.

Las hojas de reclamaciones serán facilitadas por los establecimientos a los consumidores que las soliciten por no estar conformes con la prestación del servicio correspondiente, el precio cobrado o cualquier otra controversia surgida al respecto.

Los empresarios que carezcan de establecimientos abiertos al público y realicen contratación a distancia o fuera de establecimiento comercial deberán disponer de hojas de reclamaciones en su domicilio social o fiscal, debiendo informar de esta circunstancia en los lugares o soportes donde se realice la oferta.

La normativa general de consumo establece como obligación esencial de cualquier prestador de servicios la de disponer de un servicio de atención al cliente que facilite información y permita al consumidor la presentación de reclamaciones, cualquiera que sea su lugar de residencia, de forma que se consiga una atención inmediata y se facilite el envío de documentos. La atención puede ser presencial o a distancia, pero en todo caso ha de garantizarse que sea personal, directa y que esté dotada de los medios que sean necesarios para atender a personas con discapacidad o edad avanzada. En todo caso ha de facilitar la constancia de la queja o reclamación mediante la entrega de una clave identificativa y de un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero.

Por esta razón es necesario poner a disposición del consumidor un número de teléfono, una dirección postal completa y un número de fax o dirección de correo electrónico. Si la dirección legal no coincidiera con la habitual, se indicará aquella para facilitar la presentación de la reclamación.

Cuando se facilite la comunicación por teléfono para atender al consumidor en relación con un contrato realizado, el uso de la línea no puede suponer un coste superior a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho del proveedor de servicios de telecomunicaciones al cobro por este tipo de servicio.

El empresario ha de contestar a la reclamación en el plazo más breve posible y, en todo caso, antes de un mes desde que se efectuó. Si en ese plazo no se resuelve satisfactoriamente, el empresario adherido a un sistema extrajudicial de conflictos facilitará al consumidor su acceso.

3.9. Publicidad

La publicidad realizada por los establecimientos del sector de cerrajería, en el ejercicio de su actividad profesional y con el fin de promover de forma directa o indirecta la compra de sus productos y servicios, deberá ajustarse a los principios de veracidad, objetividad y suficiencia, evitando la utilización de términos e información que puedan ser ilícitos, es decir, engañosos, desleales o subliminales.

Se considera desleal, por engañosa, cualquier conducta que contenga información falsa o que, a pesar de ser veraz, pueda inducir a error sobre aspectos como son, entre otros, la naturaleza del servicio, su precio, los derechos legales y convencionales de que disfrute el consumidor o los riesgos que este pueda correr.

Si la publicidad indica el precio de un producto, deberá indicarse, el precio total que el consumidor ha de satisfacer por su adquisición.

Cuando el empresario esté adherido a un código de conducta y haga una oferta de este tipo, ha de indicar también el sistema extrajudicial de resolución de conflictos que ofrece a los consumidores, así como el modo de obtener información sobre sus características y la forma de acceder a dicho sistema extrajudicial.

3.10. Protección de datos

Los establecimientos dedicados a los servicios de cerrajería, en cumplimiento de los principios de protección de datos recogidos en la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal:

- Sólo podrán solicitar de los usuarios aquellos datos que sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y desarrollo de su actividad, datos que deberán ser exactos, actualizados y veraces.
- Los datos no podrán ser conservados una vez dejen de ser útiles para la función prevista, siendo cancelados cuando no sean necesarios.
- Se prohíbe la recogida de datos por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.

Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco al respecto.

Estos datos deberán ser exactos, actualizados y veraces, bastando que el consumidor preste un consentimiento inequívoco, debidamente informado y revocable. La información ha de referirse a la existencia de un fichero y del propio tratamiento de los datos; la finalidad y el destino de la información; las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos; la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como la identidad y dirección del responsable del tratamiento ante quien ejercer estos derechos.

El tratamiento de dichos datos requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, no siendo preciso tal consentimiento cuando se refieran a las partes de un contrato de una relación negocial y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento.

3.11. Gestión medioambiental

Los establecimientos objeto del presente código observarán estrictamente la legislación vigente en materia de residuos y adoptarán cuantas buenas prácticas medioambientales sean necesarias para minimizar el consumo de materias primas y energía, así como la producción de residuos.

A tal fin evitarán el abandono, vertido o eliminación incontrolado de residuos, procediendo a su recogida selectiva, separándolos y conservándolos en las debidas condiciones de higiene y seguridad para facilitar su reciclado y gestión.

Todos los aparatos eléctricos o electrónicos, entendiéndose como tales todos aquellos que para funcionar debidamente necesitan corriente eléctrica o campos electromagnéticos, como cajas fuertes electrónicas, puertas automáticas fotoeléctricas, etc., irán provistos del correspondiente marcado o símbolo que indica la recogida selectiva de estos aparatos, consistente en un contenedor de basura tachado, tal como se indica en la figura adjunta, el cual se estampará de manera visible, legible e indeleble.



3.12. Horarios en días laborables y publicidad de horarios

Los empresarios determinarán libremente los días y el horario de apertura y cierre de sus establecimientos en el conjunto de los días de la semana (incluidos los festivos).

En todos ellos, deberá figurar la información del calendario y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando esté cerrado el establecimiento.

3.13. Seguridad de los productos y red de alerta

Los establecimientos de cerrajería tienen el deber de distribuir sólo productos seguros, no pudiendo suministrar aquellos que, en base a la información que posean o tengan como profesionales, no cumplan tal condición.

Actuarán con diligencia para contribuir al cumplimiento de los requisitos de seguridad de los productos, especialmente, durante su almacenamiento, transporte y exposición, participando en la vigilancia de la seguridad de los mismos dentro de los límites de sus actividades.

Deberán poner en práctica las medidas adoptadas en el caso de que un producto pueda entrañar algún riesgo grave para la salud o seguridad de los consumidores, colaborando activamente con el sistema de intercambio rápido de información (red de alerta).

Deberán mantener bajo estricto control los productos sometidos a medidas restrictivas, absteniéndose de disponer de ellos hasta la autorización de los órganos administrativos competentes.

4. Compromisos de actuación

Sin perjuicio del cumplimiento de todos los requisitos establecidos legalmente, los establecimientos del sector de cerrajería se comprometen al cumplimiento de los siguientes compromisos de actuación:

4.1. En materia de consumo

- Aceptarán el **Sistema Arbitral de Consumo** como medio de resolución extrajudicial de los conflictos surgidos entre los consumidores y las empresas o profesionales en relación con los derechos legal o contractualmente reconocidos al consumidor. Para ello formularán la correspondiente oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.

Son características esenciales del Sistema Arbitral de Consumo:

- Voluntariedad.
- Gratuidad.
- Carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes.
- Rapidez, simplicidad y eficacia.
- Igualdad entre las partes.

Las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo deberán exhibir un distintivo de adhesión al arbitraje para informar al consumidor de que ofrecen esa garantía.

- Facilitarán las hojas de reclamaciones siempre que sean solicitadas por los consumidores, ayudándoles a su cumplimentación, si fuera necesario.
- Mediante carteles u otros medios informativos efectuarán recomendaciones a los usuarios sobre la conveniencia de guardar la publicidad, ya que puede tener carácter contractual, así como los justificantes de pago.
- Con carácter general se implementará la correcta información al consumidor, publicitando a través de los medios que se consideren más ade-

cuados (tablón de anuncios, folletos divulgativos, etc.) las actualizaciones normativas, noticias y publicaciones que se consideren novedosas y de interés en el sector de cerrajería.

- La adhesión al código de buenas prácticas y la concesión del correspondiente símbolo de calidad, requerirán la cumplimentación del protocolo de autocontrol y su remisión al Ayuntamiento de Madrid, junto a la documentación solicitada al respecto. Anualmente, al objeto de comprobar la regularidad de la adhesión, deberán remitir el protocolo y la documentación citada y correspondiente a la actividad desarrollada, atendiendo a los requerimientos que el Ayuntamiento pueda efectuar. En todo momento se atenderán al seguimiento de la aplicación del código descrito en el epígrafe siguiente.
- El empresario anunciará la adhesión a este código en su local y también informará sobre la misma en la página web de que disponga, mediante el correspondiente distintivo acreditativo. Por esta razón debe haber un ejemplar del código de buenas prácticas en su establecimiento así como facilitar su consulta a través del siguiente enlace madrid.es/consumo.
- Los establecimientos adheridos al presente código de buenas prácticas, colaborarán en su difusión, debiendo tener ejemplares del mismo a disposición de los consumidores que lo soliciten. Asimismo, mantendrán a disposición del público cualquier otro material divulgativo facilitado por las Administraciones, Asociaciones de Consumidores y entidades análogas.

4.2. Prestación del servicio

- Vigilarán en todo momento el adecuado cumplimiento de todas las actividades desarrolladas, y que constituyen los puntos de control del proceso, con el fin de asegurar una correcta prestación del servicio y el cumplimiento de las expectativas del cliente, atendiendo al cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad asumidos. En especial el empresario se compromete a:
 - Prestar atención al **etiquetado** de los productos recibidos, al objeto de verificar su conformidad antes de suministrarlos y poder reenviarlos al responsable, si procede, antes de comercializarlos.

- Poner el **presupuesto** a disposición del usuario en un plazo máximo de **tres días** hábiles a partir de la fecha de su solicitud, dándole una validez de **35 días** desde la fecha de comunicación al usuario.
 - **Garantizar** las reparaciones y servicios realizados por los establecimientos de cerrajería durante un plazo de **cuatro meses**.
 - En los **pagos efectuados a través de tarjetas electrónicas**, con el fin de dotar a la transacción comercial de la mayor seguridad posible, se solicitará al comprador la exhibición del documento de identidad personal o similar, para comprobar los datos facilitados.
- En relación al **personal** el empresario se compromete a:
 - Que el personal que atienda directamente al público muestre en todo momento un comportamiento correcto y un lenguaje atento y cortés, colaborando, siempre que así le sea requerido, en la resolución de las dudas que cualquier cliente pueda plantear.
 - Prestar especial atención a la formación continua de sus empleados e involucrarán al personal trabajador en el cumplimiento de los compromisos de actuación.
 - Que los operarios que se desplacen a domicilios de particulares deberán identificarse debidamente, mediante cualquier documento que deje clara la identidad de la empresa para la que trabaja. Con motivo del servicio a realizar deberán llevar consigo y mostrar la lista de precios y leyendas de derechos del consumidor. En caso de solicitud de hojas de reclamaciones, facilitarán al consumidor el domicilio social de la empresa, para su recepción.
 - En relación al **medio ambiente**, el empresario se compromete a adoptar cuantas buenas prácticas sean necesarias para la protección del medio ambiente, procediendo a depositar los residuos generados según el tipo en contenedores específicos, facilitando de esta forma su segregación y gestión.

5. Seguimiento de la aplicación del código

Una vez que las empresas del sector de cerrajería hayan materializado su adhesión al presente código de buenas prácticas, mediante la cumplimentación de la correspondiente solicitud, los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid, procederán a valorar el grado de implantación del mismo, así como el cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad que se recogen en él, según los datos consignados en el protocolo de autocontrol y la documentación solicitada al respecto, sin perjuicio de las actividades de inspección, control y verificación que se estimen oportunas en relación a aquellas prácticas que pudieran ser objeto de infracción administrativa.

El cumplimiento de todos los preceptos y compromisos contenidos en este código irá ligado a la concesión del correspondiente símbolo de calidad “Buenas Prácticas”, otorgado por el Ayuntamiento de Madrid, el cual podrá determinar, en cualquier momento, su retirada y prohibición absoluta de utilización, en el caso de detectar desviaciones con respecto al mismo.

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, procederá a la publicación en su página web, www.madrid.es, del listado de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo, una vez que se haya comprobado por los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid el cumplimiento de todos los requisitos.

6. Revisión y vigencia del código

La revisión y vigencia de este código se llevará a cabo, en todo caso, transcurridos cuatro años desde su aprobación y siempre que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente al contenido del mismo.

7. Anexo I.

Definiciones

Actividad comercial minorista

Se considera actividad comercial minorista la que tiene como destinatario al consumidor final, teniendo como objetivo situar u ofrecer en el mercado, por cuenta propia o ajena, productos y mercancías, así como ofrecer determinados servicios que constituyan un acto de comercio, independientemente de la modalidad o soporte empleado para ello.

Autocontrol

Mecanismo de control que, incorporado a los códigos de buenas prácticas, facilita a los empresarios la verificación de que sus prácticas comerciales se desarrollan de acuerdo con la normativa vigente y a los compromisos de calidad contenidos en el mismo.

Aparatos de uso doméstico

Son aquellos bienes de consumo duradero de uso doméstico que utilicen, directa o indirectamente para su funcionamiento o aplicación, cualquier tipo de energía y/o la transformen.

Bienes de naturaleza duradera

Los relacionados en el Anexo II del Real Decreto 1507/2000, entre los que se incluyen las manufacturas metálicas comunes, tales como cerraduras.

Consumidor y usuario

Son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial. También son consumidores las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica, que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad empresarial.

Contrato a distancia

Todo contrato celebrado entre un empresario y un consumidor 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 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 comunicación a distancia: el correo postal, Internet, el teléfono o el fax.

Contrato fuera de establecimiento mercantil

Es un contrato celebrado con la presencia física simultánea de empresario y consumidor en lugar diferente al establecimiento comercial de aquel. También lo es aquel en que la oferta del empresario se efectúa en esas condiciones; y aquel en que hay un previo contacto individual, personal, físicamente simultáneo y fuera de establecimiento comercial cuando va seguido, inmediatamente, de la celebración del contrato en el establecimiento del empresario o mediante una técnica de comunicación a distancia. Asimismo, es contrato de este tipo el que se celebra durante una excursión organizada por el empresario para promocionar sus productos o servicios

Garantía comercial

Todo compromiso asumido por un empresario o un productor (el “garante”) frente al consumidor, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado, sustituir o reparar el bien o prestar un servicio relacionado con él, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro elemento no relacionado con la conformidad del bien con el contrato, enunciados en el documento de garantía o en la publicidad correspondiente, disponible en el momento o antes de la celebración del contrato.

Piezas de repuestos

Todo elemento o conjunto de elementos que realicen una función correcta y específica, incluso decorativa, en el aparato de uso doméstico, así como toda pieza necesaria para el correcto funcionamiento del mismo.

Producto industrial

Todo bien, artículo u objeto de carácter duradero o fungible que, siendo resultado de un proceso industrial, esté destinado para su venta directa a los consumidores o a través de su comercialización en establecimientos minoristas.

Productor

El fabricante del bien o el prestador del servicio o su intermediario, o el importador del bien o servicio en el territorio de la Unión Europea, así como a cualquier persona que se presente como tal al indicar en el bien, ya sea en el envase, el envoltorio o cualquier otro elemento de protección o presentación, o servicio su nombre, marca u otro signo distintivo.

Productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado

Los productos de uso o consumo común, ordinario y generalizado relacionados en el Anexo I del Real Decreto 1507/2000, entre los que se incluyen las manufacturas metálicas comunes de uso doméstico, los aparatos eléctricos y electrónicos y los servicios de reparación, mantenimiento y garantía de estos.

Red de alerta

Sistema estatal de intercambio rápido de información, en forma de red, integrado en el sistema europeo de alerta (RAPEX), con finalidad de facilitar una comunicación e intercambio rápido de información de aquellas actuaciones que se adopten en caso de riesgo grave.

Servicios a domicilio

Aquellos destinados al mantenimiento y reforma de viviendas y locales en general, incluidas las instalaciones y edificaciones anexas a los mismos, así como los relativos a la instalación, conservación, reparación o mantenimiento de aparatos de uso doméstico.

Quedan igualmente comprendidos dentro del concepto de servicios a domicilio los que se lleven a cabo en el taller del prestador de los mismos, siempre y cuando se proceda posteriormente a la instalación del objeto en la residencia o local del cliente.

Servicios de cerrajería

Aquellos destinados a la realización de las siguientes actividades: apertura de puertas de todo tipo (normales, basculantes, automáticas, etc.) y cajas fuertes mecánicas y electrónicas, reparación de cerramientos metálicos y puertas de garajes, cambio de cerraduras, duplicado de llaves, agregado de cerrojos, colocación y venta de mirillas, así como blindajes de puertas, venta y colocación de accesorios (candados, manijas de picaportes, pasadores y otros tantos accesorios como cajas metálicas de seguridad de pequeñas dimensiones de uso en casas de familia y pequeños negocios).

Servicio urgente

Aquél que sea solicitado fuera de la jornada normal de trabajo (nocturno y/o en días festivos), y que por sus características haya de ser realizado, a la mayor brevedad posible, sin que transcurran más de 24 horas desde el aviso.

Servicio de asistencia técnica (SAT)

Son aquellos establecimientos o personas que, cumpliendo los requisitos reglamentarios establecidos para esta actividad, se dediquen a la reparación, instalación y/o conservación o mantenimiento de aparatos de uso doméstico y presten sus servicios tanto en los locales donde se desarrolla su actividad como en los domicilios de los usuarios.

Soporte duradero

Todo instrumento que permita al consumidor y al empresario almacenar información que se le haya dirigido personalmente, de forma que en el futuro pueda consultarla durante un periodo de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros, tiene esta consideración el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD's, las tarjetas de memoria, los discos duros de ordenador, los correos electrónicos así como los mensajes SMS.

8. Anexo II.

Marco jurídico aplicable

Con carácter general, el marco jurídico aplicable, además de la correspondiente normativa que lo complementa, desarrolle, sustituya o modifique, es el siguiente:

ÁMBITO COMUNITARIO

- Reglamento (UE) N° 461/2010, de la Comisión, de 27 de mayo de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor.

ÁMBITO ESTATAL

- Real Decreto 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, que aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Ley 22/2011, de 22 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- 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.
- Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicio y su ejercicio.
- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- 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.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales.

- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.
- Ley 7/1998, de 13 de abril, de condiciones generales de contratación.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal.
- Real Decreto 58/1988, de 29 de enero, de protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Ley 2/2012, de 12 de junio, de dinamización de la actividad comercial en la Comunidad de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, 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.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de residuos de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 11/1998, de 9 julio, de protección de los consumidores y usuarios de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 35/1995, de 20 de abril, que regula la prestación de servicios a domicilio.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid de 30 de marzo de 2011 (B.O.A.M. 15-04-2011).
- Ordenanza de Limpieza de los Espacios Públicos y Gestión de Residuos (B.O.C.M. 24-04-2009 y B.O.A.M. 24-03-2009).
- Ordenanza General de Protección del Medio Ambiente Urbano (B.O. Ayuntamiento de Madrid 05-12-1985).

9. Anexo III.

Formulario de desistimiento

A. Modelo de documento de información al consumidor y usuario sobre el desistimiento

Derecho de desistimiento:

Tiene usted derecho a desistir del presente contrato en un plazo de 14 días naturales sin necesidad de justificación.

El plazo de desistimiento expirará a los 14 días naturales del día (1).

Para ejercer el derecho de desistimiento, deberá usted notificarnos (2) su decisión de desistir del contrato a través de una declaración inequívoca (una carta enviada por correo postal, fax o correo electrónico). Podrá utilizar el modelo de formulario de desistimiento que figura a continuación, aunque su uso no es obligatorio (3).

Para cumplir el plazo de desistimiento, basta con que la comunicación relativa al ejercicio por su parte de este derecho sea enviada antes de que venza el plazo correspondiente.

Consecuencias del desistimiento:

En caso de desistimiento por su parte, le devolveremos todos los pagos recibidos de usted, incluidos los gastos de entrega (con la excepción de los gastos adicionales resultantes de la elección por su parte de una modalidad de entrega diferente a la modalidad menos costosa de entrega ordinaria que ofrecemos) sin ninguna demora indebida y, en todo caso, a más tardar 14 días naturales a partir de la fecha en la que se nos informe de su decisión de desistir del presente contrato. Procederemos a efectuar dicho reembolso utilizando el mismo medio de pago empleado por usted para la transacción inicial, a no ser que haya usted dispuesto expresamente lo contrario; en todo caso, no incurrirá en ningún gasto como consecuencia del reembolso (4).

Instrucciones para su cumplimentación:

(1) Insértese una de las expresiones que aparecen entre comillas a continuación:

- a) en caso de un contrato de servicios o de un contrato para el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas, de calefacción mediante sistemas urbanos o de contenido digital que no se preste en un soporte material: “de la celebración del contrato”;
- b) en caso de un contrato de venta: “que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquirió la posesión material de los bienes”;
- c) en caso de un contrato de entrega de múltiples bienes encargados por el consumidor y usuario en el mismo pedido y entregados por separado: “que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquirió la posesión material del último de esos bienes”;
- d) en caso de entrega de un bien compuesto por múltiples componentes o piezas: “que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquirió la posesión material del último componente o pieza”;
- e) en caso de un contrato para la entrega periódica de bienes durante un plazo determinado: “que usted o un tercero por usted indicado, distinto del transportista, adquirió la posesión material del primero de esos bienes”.

(2) Insértese su nombre, su dirección completa y, si dispone de ellos, su número de teléfono, su número de fax y su dirección de correo electrónico.

(3) Si usted ofrece al consumidor y usuario en su sitio web la opción de cumplimentar y enviar electrónicamente información relativa a su desistimiento del contrato, insértese el texto siguiente:

“Tiene usted asimismo la opción de cumplimentar y enviar electrónicamente el modelo de formulario de desistimiento o cualquier otra declaración inequívoca a través de nuestro sitio web [insértese la dirección electrónica]. Si recurre a esa opción, le comunicaremos sin demora en un soporte duradero (correo electrónico) la recepción de dicho desistimiento”.

(4) En caso de un contrato de venta en el que usted no se haya ofrecido a recoger los bienes en caso de desistimiento, insértese la siguiente información: “Podremos retener el reembolso hasta haber recibido los bienes, o hasta que usted haya presentado una prueba de la devolución de los mismos, según qué condición se cumpla primero”.

(5) Si el consumidor y usuario ha recibido bienes objeto del contrato insértese el texto siguiente:

(a) insértese:

- “Recogeremos los bienes”, o bien.
- “Deberá usted devolvernos o entregarnos directamente los bienes o a... (insértese el nombre y el domicilio, si procede, de la persona autorizada por usted a recibir los bienes), sin ninguna demora indebida y, en cualquier caso, a más tardar en el plazo de 14 días naturales a partir de la fecha en que nos comunique su decisión de desistimiento del contrato. Se considerará cumplido el plazo si efectúa la devolución de los bienes antes de que haya concluido dicho plazo”;

(b) insértese:

- “Nos haremos cargo de los costes de devolución de los bienes”;
- “Deberá usted asumir el coste directo de devolución de los bienes”;
- En caso de que, en un contrato a distancia, usted no se ofrezca a hacerse cargo de los costes de devolución de los bienes y estos últimos, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo: “Deberá usted asumir el coste directo de devolución de los bienes, ... euros (insértese el importe)”;
- o, si no se puede realizar por adelantado un cálculo razonable del coste de devolución de los bienes: “Deberá usted asumir el coste directo de devolución de los bienes. Se calcula que dicho coste se eleva a aproximadamente... euros (insértese el importe) como máximo”, o bien

- En caso de que, en un contrato celebrado fuera del establecimiento, los bienes, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo y se hayan entregado ya en el domicilio del consumidor y usuario en el momento de celebrarse el contrato: “Recogeremos a nuestro cargo los bienes”;
- (c) “Solo será usted responsable de la disminución de valor de los bienes resultante de una manipulación distinta a la necesaria para establecer la naturaleza, las características y el funcionamiento de los bienes”.

(6) En caso de un contrato para la prestación de servicios o para el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, o calefacción mediante sistemas urbanos, insértese lo siguiente:

“Si usted ha solicitado que la prestación de servicios o el suministro de agua/gas/electricidad/calefacción mediante sistemas urbanos (suprímase lo que no proceda) dé comienzo durante el período de desistimiento, nos abonará un importe proporcional a la parte ya prestada del servicio en el momento en que nos haya comunicado su desistimiento, en relación con el objeto total del contrato”.

B. Modelo de formulario de desistimiento

(sólo debe cumplimentar y enviar el presente formulario si desea desistir del contrato)

A la Atención de:	NOMBRE DEL EMPRESARIO/A
	DIRECCIÓN COMPLETA
	NÚMERO DE FAX O CORREO ELECTRÓNICO

Por la presente le comunico que desisto de mi contrato de venta del siguiente bien/prestación del siguiente servicio:

Pedido en fecha:	Recibido en fecha:
NOMBRE DEL CONSUMIDOR/A Y USUARIO/A:	
Firma del consumidor/a:	Fecha:

10. Anexo IV.

Información precontractual

SÍ NO

APARTADO 3.1 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

1. El personal que realiza el servicio de cerrajería a domicilio dispone de una hoja informativa que incluye:
 - Identidad del empresario/a y características del producto
 - Precio con IVA incluido, gastos adicionales que procedan y medios de pago aceptados
 - Recordatorio de garantía legal y condiciones, y plazo de los cambios y devoluciones que se resulten aplicables
2. ¿Facilita esa misma información, y puede probar que la facilita, cualquiera que sea la técnica de comunicación empleada y siempre que el consumidor solicite un servicio?.....

Documentación

APARTADO 3.3 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

3. ¿Facilita a todo usuario un presupuesto escrito, salvo renuncia expresa, con los datos legalmente exigibles?.....
4. ¿Se le informa del coste mínimo a cobrar en caso de rechazar el presupuesto?
5. Si el consumidor renuncia a presupuesto, ¿incluye de forma expresa en la orden de trabajo la frase: «Renuncio al presupuesto previo y autorizo la reparación», escrita de puño y letra del cliente y la firma de este?
6. ¿Se incluye en la orden de trabajo, además de los datos legalmente exigibles, la leyenda: “La renuncia al presupuesto se efectúa conociendo el derecho a solicitar presupuesto previo y conociendo las posibles consecuencias jurídicas y económicas de la renuncia”, en letras mayúsculas de igual tamaño a las empleadas en el resto del documento?
7. ¿Se expiden y se entregan facturas por el servicio realizado, aunque el consumidor no las solicite?
8. Las facturas y sus copias ¿contienen las leyendas y los datos exigidos por la normativa?

Protocolo de Autocontrol

Piezas de repuesto

SÍ NO

APARTADO 3.5 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

9. ¿Utiliza piezas nuevas de repuesto en las reparaciones?
10. ¿Solicita consentimiento expreso si utiliza piezas usadas o recuperadas con la leyenda: "Autorizo la utilización de materiales usados" en recuadro del presupuesto donde pueda firmar el consumidor?.....
11. Cuando la reparación no esté amparada por la garantía del producto, ¿ofrece las piezas sustituidas al usuario?.....
12. ¿Pone a disposición del usuario que así lo solicite justificación documental que acredite el origen, naturaleza y precio de las piezas de repuesto utilizadas en las reparaciones?
13. ¿Se encuentra a disposición del público la lista de precios de los repuestos?.....

Garantías

APARTADO 3.6 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

14. La garantía que ofrece en sus reparaciones, ¿tiene un periodo de validez mínimo de cuatro meses?
15. Si durante este periodo se volviese a producir la avería total o parcialmente, ¿se repara sin ningún coste adicional?

Responsabilidades

APARTADO 3.7 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

16. ¿Responden en todo momento de que los productos, bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores sean seguros?
17. ¿Se atiende al usuario sin discriminación alguna y por orden de petición del servicio, sin que los servicios cubiertos por garantía sufran ninguna postergación?

SÍ NO

Reclamaciones y servicio de atención al cliente

APARTADO 3.8 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

18. ¿Tiene en su establecimiento, o en el domicilio social/fiscal, hojas de reclamaciones a disposición de los usuarios?.....
19. ¿Facilita datos del servicio de atención al cliente que permitan reclamar, con clave y justificante escrito o en soporte duradero ?.....

Publicidad

APARTADO 3.9 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

20. ¿La publicidad realizada es clara y no induce a error o confusión al consumidor?

Protección de datos

APARTADO 3.10 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

21. ¿Solicitan a los usuarios solamente aquellos datos que son estrictamente necesarios?

Gestión medioambiental

APARTADO 3.11 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

22. ¿Efectúa una recogida selectiva de residuos conservándolos en las debidas condiciones de higiene y seguridad?
23. ¿Deposita los residuos generados en contenedores específicos, facilitando su segregación y gestión?

Horarios en días laborales y publicidad de horario

APARTADO 3.12 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

24. ¿Se muestra en un sitio visible la información del calendario y horario de apertura y cierre, incluso cuando está cerrado el establecimiento?

SÍ NO

Compromisos de actuación

APARTADO 4 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

25. ¿Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo?.....
26. ¿Se compromete a exhibir la adhesión al código de buenas prácticas mediante el distintivo oficial?.....
27. ¿Se compromete a poner el presupuesto a disposición del usuario que lo solicite, en un plazo no superior a tres días?.....
28. ¿Se compromete a facilitar a todo usuario que así lo solicite un presupuesto previo escrito, con validez mínima de 35 días?.....
29. En el caso de que se produzca alguna queja por parte del usuario, ¿trata de que se resuelva sin inconvenientes para este?.....

Ruled area for observations, consisting of multiple horizontal dashed lines.

Información y publicaciones
sobre temas de consumo en la web municipal:



91 529 82 10 si llama desde fuera de
la ciudad de Madrid



www.madrid.es/consumo

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE CERRAJERÍA

Una de las principales líneas estratégicas del Ayuntamiento de Madrid desarrollada a través del Área de Gobierno que ostenta las competencias en materia de consumo, es la elaboración e implantación de Códigos de Buenas Prácticas para los distintos sectores comerciales, en colaboración con las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.

Los Códigos de Buenas Prácticas son una referencia útil para empresarios y comerciantes del sector. Recogen los requisitos y actuaciones necesarios para que los establecimientos aumenten los niveles de calidad y seguridad que la normativa establece, a fin de satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores.



ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA Y
CONSUMIDORES-USUARIOS DE MADRID
"ASCENSIÓN SEDEÑO" (AACCU)
(MIEMBRO DE CEACCU)



E + C
EUROCONSUMO
Comunidad de Madrid



FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES INDEPENDIENTES
DE LA COMUNIDAD DE MADRID



Confederación
de Consumidores
y Usuarios de Madrid



ADICAE MADRID
Consumidores críticos, responsables y solidarios