



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

ce

**CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS**

en el sector de **Comercio de
Electrodomésticos y Aparatos
de Uso Doméstico**



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

El presente Código de Buenas Prácticas no reproduce literalmente la normativa jurídica aplicable en el sector de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico, sino que recoge un extracto de ella, lo que no exime de las obligaciones a que se encuentren sujetos los destinatarios de aquella.

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	7
3. Requisitos legales aplicables al sector	8
3.1. Información. Etiquetado y presentación de los bienes.....	8
3.1.1. Requisitos de información generales comunes a todos los productos .	11
3.1.2. Requisitos específicos que han de reunir los aparatos electrodomésticos por su condición de productos industriales	12
3.1.3. Marcado CE en productos industriales	14
3.1.4. Etiqueta de eficiencia energética	16
3.1.5. Etiqueta Ecológica Comunitaria	18
3.1.6. ENERGY STAR	20
3.2. Seguridad y red de alerta.....	21
3.3. Actividades de promoción de ventas	22
3.3.1. Ventas en promoción.....	22
3.3.2. Venta con obsequio.....	23
3.3.3. Ventas en rebajas	23
3.3.4. Ventas de saldos	24
3.3.5. Ventas en liquidación	24
3.4. Contratación a distancia y fuera del establecimiento.....	25
3.4.1. Información previa al contrato.....	25
3.4.2. Entrega de bienes y suministro de elementos digitales	27
3.4.3. Contrato	29
3.4.4. Derecho de desistimiento.....	30
3.4.5. Condiciones generales de contratación y cláusulas abusivas.....	32

3.5. Horarios	34
3.6. Garantías y servicio postventa.....	35
3.6.1. Garantía legal	35
3.6.2. Garantía comercial	40
3.6.3. Servicio postventa.....	40
3.6.4. Responsabilidad civil por electrodomésticos y aparatos de uso doméstico defectuosos.....	41
3.7. Reclamaciones y Servicios de Atención al cliente	41
3.8. Venta a plazos de bienes muebles	43
3.9. Créditos al consumo.....	44
3.10. Precios.....	46
3.11. Facturas y facturas simplificadas	47
3.12. Publicidad.....	48
3.13. Protección de datos.....	48
3.14. Gestión de Residuos	49
4. Compromisos de actuación.....	52
4.1. En materia de consumo.....	52
4.2. Prestación del servicio.....	53
4.3. Instalaciones y personal	55
4.4. Consumo sostenible y compromiso social.....	56
5. Seguimiento de la aplicación del código	58
6. Revisión y vigencia del código	59
7. Anexo I. Definiciones.....	60
8. Anexo II. Marco jurídico aplicable	66
9. Anexo III. Lista indicativa de productos comprendidos en las categorías de aparatos eléctricos y electrónicos.....	71
10. Anexo IV. Protocolo de autocontrol	72

Introducción

El presente Código de Buenas Prácticas en el Sector del Comercio de Electrodomésticos y Aparatos de uso doméstico constituye la segunda actualización del editado en 2009 por el Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 23 de mayo de 2005, firmado con la **Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos Mayoristas y Autónomos (ACEMA)** y aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Cuenta con el consenso de las principales asociaciones de consumidores y está aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Dicho Código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector del Comercio de Electrodomésticos y Aparatos de uso doméstico** y a unos compromisos de actuación en materia de calidad, resolución de reclamaciones, mejoras en la prestación del servicio, compromisos sociales y ambientales, etc., que exceden del contenido de aquellos y tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores, fomentar la compra y uso responsable de los electrodomésticos y aparatos eléctricos de uso doméstico, 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 del Comercio de Electrodomésticos y Aparatos de uso doméstico y se garantizan unas correctas prácticas que redundan en una mayor protección de los derechos de los consumidores y en una compra ambiental y socialmente responsable.

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. Un 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

Debido a la importancia que en la actualidad representa el comercio de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico y a la creciente demanda y expectativas de las personas consumidoras, el presente Código pretende fomentar el desarrollo de unas prácticas correctas en el sector, difundir y facilitar el cumplimiento de la normativa aplicable a las empresas, lograr una mejora en la calidad del servicio que prestan.

Este Código, además de constituir el referente de la legislación aplicable al sector, incluye una serie de compromisos de actuación que complementan el marco normativo, promoviendo el autocontrol de la actividad por parte de las empresas, lo que facilitará una mejora del servicio prestado.

El cumplimiento de todas las prescripciones contenidas en el mismo por parte de las empresas que voluntariamente se adhieran redundará en una mayor protección de los derechos de los consumidores, elevando su nivel de satisfacción y confianza.

2. Ámbito de aplicación

El presente Código se aplicará a los distribuidores de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico que presten sus servicios en el ámbito del comercio minorista, que tengan su domicilio social o que operen mediante sucursales ubicadas en el municipio de Madrid y que deseen adherirse al mismo, pertenezcan o no a la Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos de Madrid (ACEMA).

Se extiende tanto a las ventas como a la distribución gratuita, obsequios, etc. o en general a cualquier otro acto de transmisión a título oneroso o gratuito llevado a cabo por los distribuidores.

3. Requisitos legales aplicables al sector

3.1. Información. Etiquetado y presentación de los bienes

Antes de que un 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, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, especialmente las jurídicas y económicas.

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

→ **Entre otros datos que figuran en el art. 60.2. 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:**

- la identidad social y fiscal del empresario/a,
- su dirección completa y número de teléfono (obligatorio este en la contratación tradicional, es decir, la presencial),
- las características principales del artículo (especialmente el etiquetado, que se describirá a continuación),
- el precio total y los gastos adicionales que procedan (por entrega del artículo encargado, por ejemplo, o por el uso de determinados medios de pago),
- el derecho de desistimiento que proceda, el plazo y la forma de ejercerlo,
- los procedimientos de pago, entrega, reclamación y sistema extrajudicial de conflictos al que se haya adherido el empresario; por ejemplo, el arbitraje de consumo, obligatorio para quienes se adhieran a este Código y que conlleva

una información sobre la posibilidad de recurrir a la entidad acreditada para la resolución extrajudicial de este tipo de conflictos, identificando a la competente. Por ejemplo, en el caso de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, aparte de esta denominación, ha de indicar su dirección (C/ Príncipe de Vergara, 140, 28002, Madrid) y la de su página web (juntaarbitral@madrid.es). Esta información se ofrecerá de manera clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web, debiendo constar también en las condiciones generales de contratación. Si el empresario no dispusiera de sitio web o no existiera documentación relativa a las condiciones generales, el suministro de esta información se efectuará de cualquier manera que permita al consumidor su conocimiento, en particular a través de folletos informativos propios, carteles con la información en lugar accesible al consumidor o cualquier otra comunicación comercial.

→ **El derecho de desistimiento es la facultad que tiene el consumidor para dejar sin efecto el contrato celebrado**, notificándolo a la otra parte en el plazo establecido para su ejercicio, sin necesidad de justificarse ni sufrir penalización alguna. Este derecho nace por atribución normativa o porque el comerciante, libremente, quiere reconocerlo. Esto es lo que ocurre cuando el empresario/a decide reconocer cambios o devoluciones: habrá de informar sobre el plazo y condiciones de su ejercicio, tanto en la oferta, promoción o publicidad, como en el momento en el que el consumidor solicite sus servicios, debiendo figurar también tales extremos en la factura o factura simplificada que justifique la transacción.

- En estos casos de desistimiento de origen contractual el plazo mínimo para ejercer tal derecho no tiene por qué ser el obligado en otros tipos de contratación, es decir, de 14 días naturales: puede ser menor, pero entonces ha de especificarse con claridad, ya que si no se hiciera así sería de aplicación el plazo de 14 días naturales.
- En todo caso, hay que distinguir entre los cambios o devoluciones que libremente decida el empresario para beneficiar al consumidor de aquellos que, ante una tara o defecto, resulten obligatorios en aplicación de la normativa sobre garantía de los productos. Por esta razón la distinción entre cambios y devoluciones como forma de desistimiento y las que procedan en régimen de garantías (por ejemplo, cuando hay tara o defecto en el artículo) ha de informarse en todo momento, constando siempre en la factura o factura simplificada la salvedad de que aquellos no se aplican a los que se refieren a la garantía del producto.

- **La fecha de entrega del bien y su instalación, este último como servicio adicional**, son datos frecuentes en el sector que, también, han de constar en la factura o factura simplificada. Un dato importante que se da con frecuencia en este sector es la fecha en que el vendedor se compromete a entregar el electrodoméstico o aparato de uso doméstico o a ejecutar un servicio contratado, como puede ser su instalación. Además de la información previa sobre él, ha de constar también en el documento justificativo.

Desde 1 de enero de 2022 el régimen aplicable para la entrega de bienes muebles se ha unificado con el de elementos digitales. Por esta razón se expondrá en el epígrafe 3.4.2 de este Código.

- También es un dato importante sobre el que informar, y documentar en la factura o factura simplificada, la **existencia de un pago adelantado**, sobre cuyo régimen cabe remitir al epígrafe 3.4.5 de este Código.
- **El empresario/a 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/a, si así lo publicita, cobrar además un importe por la utilización de este medio de pago. Extremos importantes sobre la cuantía de estos cargos aparecen en el Anexo I (Definiciones) de este Código.

Etiquetado

El sector de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico comprende una importante diversidad de categorías de productos con una amplia normativa de etiquetado aplicable, tanto de carácter general como específica.

La información que debe incluirse en el etiquetado de estos productos sobre el consumo de energía y otros datos complementarios es de gran importancia, dado que va a permitir a los consumidores comparar el rendimiento energético de los mismos a la hora de su adquisición.

A continuación se detallan, por un lado, los requisitos obligatorios de información que deben incorporar estos productos y, por otro, aquellos de naturaleza voluntaria.

Con respecto a los de naturaleza obligatoria, se incluyen, en primer lugar, los requisitos genéricos de información que deben incorporarse a cualquier tipo de producto (*epígrafe 3.1.1*). Asimismo, se recogen tanto los requisitos específicos que han de

reunir los aparatos electrodomésticos por su condición de productos industriales (*epígrafe 3.1.2*) como los requisitos propios del marcado CE para productos industriales (*epígrafe 3.1.3*). Junto con los anteriores, se sistematizan en el Anexo II de este Código las indicaciones del etiquetado y condiciones de comercialización en materia de eficiencia energética de algunos de los electrodomésticos más demandados, de forma que se facilita su consulta accediendo a la normativa específica.

Por lo que se refiere a los de carácter voluntario, se incluye la información relativa al etiquetado ecológico comunitario (*epígrafe 3.1.5*) y los aspectos relativos al etiquetado “Energy Star” (*epígrafe 3.1.6*).

3.1.1. Requisitos de información generales comunes a todos los productos

→ Sin perjuicio de las exigencias concretas que se establecen posteriormente, y de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, que prestará especial atención a las personas consumidoras vulnerables, todos los electrodomésticos o aparatos de uso doméstico puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán incorporar, acompañar o, en último caso, permitir obtener de forma clara y comprensible, información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales, en particular sobre las siguientes:

- Nombre y dirección completa del productor.
- Naturaleza, composición y finalidad.
- Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial, si la tienen.
- Fecha de producción o suministro y lote, cuando sea exigible reglamentariamente, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.
- Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, así como la gestión sostenible de sus residuos, advertencias y riesgos previsibles.

→ El etiquetado y presentación de los bienes y servicios y las modalidades de realizarlo deberán ser de tal naturaleza que no induzca a error al consumidor y usuario, especialmente:

- Sobre las características del bien o servicio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.

- Atribuyendo al electrodoméstico o aparato de uso doméstico efectos o propiedades que no posea.
- Sugiriendo que el electrodoméstico o aparato de uso doméstico posee características particulares, cuando todos los bienes o servicios similares posean estas mismas características.

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

3.1.2. Requisitos específicos que han de reunir los aparatos electrodomésticos por su condición de productos industriales

En los cuadros siguientes se recogen los datos mínimos exigibles que deben figurar en el etiquetado de estos aparatos en tanto que productos industriales que lleguen al consumidor, a fin de asegurarle una información suficiente.

CUADRO I ETIQUETADO GENERAL DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

Datos mínimos obligatorios:

- ✓ Nombre o denominación usual o comercial del producto.
- ✓ Composición (cuando la aptitud para el consumo o utilización del producto dependa de los materiales empleados en su fabricación, o bien sea una característica de su pureza, riqueza, calidad, eficacia o seguridad).
- ✓ Plazo recomendado para su uso o consumo, si se trata de productos que por el transcurso del tiempo pierdan alguna de sus cualidades.
- ✓ Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen (cuando se trate de productos susceptibles de ser usados en fracciones o el número de unidades en su caso).

- ✓ Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, consejos o recomendaciones sobre instalación, uso y mantenimiento, manejo, manipulación, peligrosidad o condiciones de seguridad, en el caso de que dicha información sea necesaria para el uso correcto y seguro del producto.
- ✓ Lote de fabricación, cuando el proceso de elaboración se realice en series identificables.
- ✓ Identificación de la empresa (nombre o la razón social o la denominación del fabricante o del envasador o transformador o de un vendedor, establecidos en la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio).
- ✓ Se deberá, además, indicar el lugar de procedencia u origen, en el caso de que su omisión pudiera inducir a error al consumidor, en cuanto el verdadero origen o procedencia del producto. Los productos importados de terceros países no firmantes del Acuerdo de Ginebra sobre obstáculos técnicos al comercio de 12 de abril de 1979, deberán hacer constar en su etiquetado el país de origen.
- ✓ Potencia máxima, tensión de alimentación y consumo energético en el caso de productos que utilicen energía eléctrica para su normal funcionamiento.
- ✓ Consumo específico y tipo de combustible, en su caso, en productos que utilicen otros tipos de energía.

CUADRO II REQUISITOS DE ROTULACIÓN

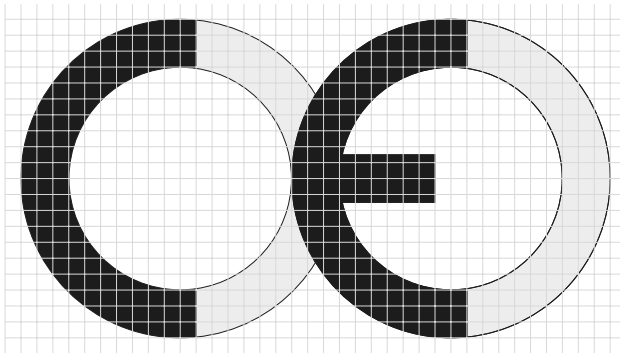
Datos mínimos obligatorios:

- ✓ Todas las inscripciones a las que se ha hecho referencia deberán figurar, al menos, en castellano, lengua española oficial del Estado.
- ✓ Los datos obligatorios del etiquetado, deberán aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles por el consumidor, no pudiéndose usar abreviaturas, excepto para las unidades de las magnitudes físicas reseñadas que se atenderán a lo que dispone la legislación oficial vigente.

- ✓ Las etiquetas que contengan los datos obligatorios se situarán sobre el propio producto o en su envase y de forma que sean perfectamente visibles por el consumidor o usuario.
- ✓ No obstante, en los productos duraderos de uso repetido o por razones justificadas de espacio, los datos obligatorios podrán figurar en folletos o documentos que acompañen al mismo.
- ✓ Los productos industriales que se suministren no envasados al consumidor deberán incorporar la información obligatoria, bien en etiqueta sobre el propio producto, de acuerdo con la definición de etiqueta establecida en la presente disposición, o bien en folleto o documento que acompañe a los mismos y que debe entregarse al comprador, salvo que las características del producto o su forma de comercialización no lo permitan, en cuyo caso se conservarán en poder del vendedor para permitir una correcta identificación del producto y suministrar la correspondiente información al consumidor que lo solicite.

3.1.3. Mercado CE en productos industriales

- El marcado CE Se coloca por el fabricante o por un representante autorizado y certifica la conformidad del producto con los requisitos establecidos en la normativa comunitaria para su comercialización.
- El marcado CE consistirá 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.

- Cada aparato se identificará en términos de tipo, lote, número de serie o cualquier otra información que permita su identificación.
- Los fabricantes e importadores indicarán en el aparato su nombre, su nombre comercial registrado o marca registrada y su dirección postal de contacto o, cuando no sea posible, en su embalaje o en un documento que acompañe al producto. La dirección deberá indicar un único lugar en el que pueda contactarse con el fabricante. Los datos de contacto figurarán al menos en castellano.
- Los fabricantes garantizarán que el aparato vaya acompañado de las instrucciones y el resto de la información sobre cualquier precaución específica que deba tomarse al montar, instalar, mantener o utilizar el aparato, con objeto de garantizar que, una vez puesto en servicio, el aparato cumpla los requisitos esenciales. Dichas instrucciones e información, así como todo etiquetado, serán claros, comprensibles e inteligibles.

Hay un conjunto de obligaciones con relación al material eléctrico destinado a utilizarse con una tensión nominal comprendida entre 50 y 1000 V (en corriente alterna) y entre 75 y 1500 V (en corriente continua), excluidos los materiales (por ejemplo, las clavijas y bases de toma de corriente para uso doméstico que se conocen como “enchufes”) y fenómenos mencionados en el Anexo II del RD 187/2016, de 6 de mayo. Son obligaciones importantes de los fabricantes de este tipo de material:

- Elaborar una declaración UE de conformidad y colocar el marcado CE, cuando lleven a cabo el correspondiente procedimiento de evaluación de la conformidad.
- Asegurarse de que el material eléctrico que han introducido en el mercado lleve un número de tipo, lote o serie o cualquier otro elemento que permita su identificación o, si el tamaño o la naturaleza del material eléctrico no lo permite, de que la información requerida figura en su embalaje o en un documento que acompañe al material eléctrico.
- Indicar en el material eléctrico su nombre, su nombre comercial registrado o marca registrada y su dirección postal de contacto o, cuando no sea posible, en el embalaje o en un documento que acompañe al material eléctrico. La dirección

indicará un único lugar en el que pueda contactarse con el fabricante. Los datos de contacto figurarán como mínimo en castellano. Los importadores también tienen esta obligación de indicación.

- Garantizar que el material eléctrico vaya acompañado de instrucciones de información relativa a la seguridad como mínimo en castellano. Dichas instrucciones e información relativa a la seguridad, así como todo etiquetado, serán claros, comprensibles e inteligibles.

Hay, por otra parte, obligaciones de los distribuidores de material eléctrico que se asocian a algunas de las mencionadas anteriormente:

- Antes de comercializar el material eléctrico, se asegurarán de que el material eléctrico lleve el marcado CE, vaya acompañado de los documentos exigidos y de las instrucciones y de la información relativa a la seguridad como mínimo en castellano, y de que el fabricante y el importador hayan cumplido los requisitos especificados anteriormente y referidos tanto a la identificación del material como a la del fabricante e importador.
- Cuando un distribuidor considere o tenga motivos para creer que el material eléctrico no es conforme con los objetivos de seguridad a que se refiere en el artículo 3 y establecidos en el Anexo I del Real Decreto 187/2016 no introducirá dicho material eléctrico en el mercado hasta que sea conforme. Además, cuando el material presente un riesgo, informará al fabricante o al importador al respecto, así como a las autoridades competentes de vigilancia del mercado.
- Se prohíbe colocar en un producto marcado, signos o inscripciones que puedan inducir a confusión a terceros en cuanto al significado o la forma del marcado CE. Puede colocarse cualquier otro marcado en el producto a condición de que ello no afecte a la visibilidad, la legalidad y el significado del marcado CE.

3.1.4. Etiqueta de eficiencia energética

Además del etiquetado general de productos industriales que ya se ha expuesto, los electrodomésticos han de respetar el específico de eficiencia energética que se recoge en el Reglamento (UE) 2017/1369 y en sus actos delegados. Este etiquetado es compatible con otros adicionales, como son los de etiquetado ecológico, diseño ecológico de productos relacionados con la energía o el conocido como Energy Star.

Desde 1 de marzo de 2021 el etiquetado energético vuelve a una escala de siete clases de eficiencia, que van de la A a la G, habiendo desaparecido las de A+, A++ y A+++, como consecuencia del aumento progresivo de eficiencia en la fabricación de productos que se encuadraron en la clase A, además del impacto que la incorporación de nuevas tecnologías de fabricación ha tenido en esa clasificación inicial.

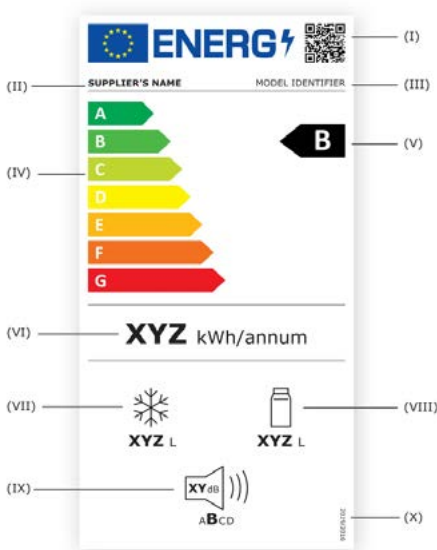
La sobrecarga de franjas de mayor eficiencia ha conducido a confusión al consumidor y por esta razón la nueva clasificación, más simplificada, supone una reescala, de tal forma que los electrodomésticos más eficientes, que antes pertenecían a la clase A+++, pasarán probablemente a incluirse en la clase B. Como surgirá un margen de mejora para nuevos productos más eficientes, la categoría A, la de mayor eficiencia, quedará desierta al principio.

En todo caso, sigue asociándose a la clase A (color verde) los productos de mayor eficiencia energética y menor consumo, y a la G (color rojo) los de menor eficiencia energética y mayor consumo. A partir de 1 de marzo de 2021 las lavadoras, frigoríficos y congeladores, lavadoras, vinotecas, lavavajillas, lavasecadoras y pantallas electrónicas (incluidos los televisores y monitores) deben cumplir con este etiquetado, tanto si la venta se realiza en establecimientos físicos como si se efectúa por medios electrónicos. El nuevo etiquetado entró en vigor en septiembre de 2021 para las lámparas o bombillas y en 2022 lo hará para los aparatos de aire acondicionado y las secadoras.

Aparte de esta novedad, hay otra que dependerá del desarrollo que tenga el citado Reglamento en los actos delegados de la UE. En efecto, hay que señalar la presencia en la esquina superior derecha de la etiqueta de un referente a la presencia de un código QR, exclusivo de cada modelo de electrodoméstico, con el que pueda el consumidor acceder a través de teléfono móvil a los principales parámetros de información del aparato, que han de constar en una base de datos europea denominada EPREL. Para algunos electrodomésticos se prevé la información sobre consumo de agua, por ciclo de lavado, la correspondiente al ruido o a la capacidad de almacenamiento.

Los Reglamentos Delegados de la UE regulan el etiquetado de eficiencia energética de diferentes grupos de electrodomésticos y también obligaciones, tanto de los proveedores como de los distribuidores, concepto este que abarca a los empresarios del sector que deseen adherirse a este CBP. Por esta razón procede remitir al empresario al articulado de obligaciones exclusivas y de las que comparte con el proveedor que figuran en cada uno de esos actos delegados, y que se refieren a la configuración y presencia de la etiqueta en cada aparato en un punto de venta, a la presentación de etiqueta y ficha informativa en ventas a distancia y a la indicación conforme de la

eficiencia energética tanto en la publicidad visual como en todo material técnico de promoción relativo a un modelo específico.



- I. Código QR da acceso a más información sobre el modelo
- II. Nombre o marca comercial del proveedor
- III. Identificador del modelo del proveedor
- IV. Escala de clases de eficiencia energética de la A a la G
- V. La clase de eficiencia energética determinada
- VI. Consumo anual de energía (AE), expresado en kWh por año y redondeado al entero más cercano
- VII. La suma de los volúmenes del compartimento o compartimentos congelados, expresada en litros y redondeada al número entero más próximo
- VIII. La suma de los volúmenes del compartimento o compartimentos refrigerados y del compartimento o compartimentos congelados, expresada en litros
- IX. Nivel de ruido medido en decibelios (dB) y con una escala de cuatro clases.
- X. Norma que regula la etiqueta

En el Anexo II de este CBP aparecen enlaces a los Reglamentos Delegados que regulan el etiquetado energético de los electrodomésticos más demandados.

3.1.5. Etiqueta Ecológica Comunitaria

- La etiqueta ecológica de la UE solo podrá utilizarse en relación con productos que satisfagan los criterios de la etiqueta ecológica de la UE aplicables y para los cuales se haya concedido.
- Esta etiqueta constituye un sistema voluntario de etiquetado, compatible con otros, entre los que se encuentran aquellos que son obligatorios; por ejemplo, los referidos a la consideración de un producto como de fabricación industrial o el de eficiencia energética.

El uso de la etiqueta ecológica requiere la previa solicitud del operador interesado (fabricante importador, vendedor mayorista o minorista), ante la Dirección

General de Descarbonización y Transición Energética dependiente de la Consejería de Medio Ambiente, Vivienda y Agricultura Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid.

La tramitación de esta solicitud implica el pago obligatorio por parte del interesado de un canon de solicitud cuyo importe debe estar dentro de los límites previstos en el Anexo III del Reglamento (CE) 66/2010 de 25 de noviembre de 2009, relativo a la Etiqueta Ecológica de la UE, existiendo también un canon anual que podrá exigirse o no a los solicitantes. Esta información se encuentra recogida en la “Guía práctica para la aplicación en la Comunidad de Madrid del Reglamento relativo a la etiqueta ecológica”, accesible a través de la página web www.comunidad.madrid.

- La etiqueta ecológica de la UE podrá utilizarse en los productos para los que fue concedida y en el material promocional correspondiente.
- El derecho a utilizar la etiqueta ecológica de la UE no incluirá la utilización de la misma como parte de una marca registrada.
- Se prohíbe la publicidad falsa o engañosa, así como la utilización de cualquier etiqueta o logotipo que pueda confundirse con la etiqueta ecológica de la UE.
- El organismo competente comprobará, de manera periódica que aquellos productos a los que se haya concedido la etiqueta ecológica de la UE cumplen con los criterios y requisitos que les son exigidos según la normativa aplicable.
- La etiqueta ecológica de la UE revestirá la siguiente forma:



EU Ecolabel: xxxx/yyyy/zzzzz



En el momento de editar la actualización del presente Código de Buenas Prácticas se encuentran en vigor los criterios específicos establecido para la etiqueta ecológica UE para las pantallas electrónicas, categoría que engloba a las de los televisores y a los monitores de ordenador.

3.1.6. ENERGY STAR

- El equipo ofimático representa un porcentaje importante del consumo total de electricidad, siendo la medida más eficaz para reducir el consumo eléctrico de estos equipos la reducción de las pérdidas de energía en “posición espera”.
- El “Programa Energy Star” es un programa comunitario de etiquetado de eficiencia energética para los equipos ofimáticos en el que voluntariamente pueden participar los fabricantes, instaladores, exportadores, importadores, minoristas y otras personas u órganos.
- Los participantes del “Programa Energy Star” se comprometen a promover la adquisición de los productos de equipo ofimático energéticamente eficientes y que cumplan las especificaciones contenidas en el mismo, es decir, los requisitos de eficiencia energética y funcionalidad necesarios para que se les atribuya el logotipo común “Energy Star”.
- El logotipo común es una marca que se utilizará como etiqueta solo en los productos que cumplan las directrices de funcionalidad de ENERGY STAR.
- La etiqueta «ENERGY STAR®» se aplica a los equipos ofimáticos que cumplen dichas especificaciones, permitiendo a los consumidores identificar fácilmente estos aparatos que consumen poca energía. Estos equipos son los siguientes: ordenadores, pantallas de ordenador, fotocopiadoras, impresoras, multcopistas digitales, aparatos de facsímil (faxes), máquinas franqueadoras, equipos multifuncionales y escáneres.



- Este logotipo podrá utilizarse en los productos, documentación relativa a los mismos, publicidad, materiales utilizados en el punto de venta, envases de productos, así como en internet para identificar un producto que pueda obtener la etiqueta. La marca incluye el símbolo «ENERGY STAR®» en un recuadro directamente debajo para reforzar la legalidad del símbolo. Los dos recuadros están separados por una línea blanca de grosor igual al del arco del interior del símbolo. La marca lleva además una línea blanca alrededor, de grosor igual al del arco del interior del símbolo. El color preferido para la marca es 100% cian, si bien se permiten versiones alternativas en negro o blanco sobre fondo oscuro.
- El “Programa Energy Star” ha de estar en coordinación, cuando corresponda, con otras disposiciones comunitarias de etiquetado o de certificación de calidad, así como con el sistema comunitario de concesión de etiqueta ecológica.

3.2. Seguridad y red de alerta

- Los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico han de cumplir los requisitos contenidos en las disposiciones normativas de obligado cumplimiento que les resulten aplicables, como medio para garantizar su seguridad.
- Los comerciantes únicamente podrán comercializar productos seguros, por lo que no se suministrarán productos cuando se sepa, o debiera saberse, por la información que posean como profesionales, que no cumplen tal requisito.
- Los comerciantes actuarán con diligencia para contribuir al cumplimiento de los requisitos de seguridad aplicables, en particular, durante el almacenamiento, transporte y exposición de los productos.
- Dentro de los límites de sus actividades respectivas, los comerciantes participarán en la vigilancia de la seguridad de los productos puestos en el mercado, en concreto:
 - Informando a los órganos administrativos competentes y a los productores sobre los riesgos de los que tengan conocimiento.
 - Manteniendo, durante un plazo de tres años después de haber agotado las existencias de los productos, y proporcionando la documentación necesaria para averiguar el origen de los productos, en particular, la identidad de sus proveedores.

- Colaborando eficazmente en las actuaciones emprendidas por los productores y los órganos administrativos competentes para evitar dichos riesgos. En concreto, deberán facilitar toda la información pertinente que se les demande, incluida aquella que pudiera estar protegida por el secreto comercial e industrial, en el plazo máximo de cinco días, salvo que por la urgencia del caso concreto se indique uno inferior.
- En caso de riesgo, los órganos administrativos competentes deberán comunicar inmediatamente al Ministerio de Consumo salvo que consideren que el riesgo grave tiene unos efectos limitados a su propio territorio y no se prevea que pueda ser de interés para los demás órganos administrativos competentes la información relativa a la seguridad de los productos, siendo el órgano administrativo notificante el responsable de la información proporcionada.
- En caso de que el riesgo no tenga efectos limitados al territorio español y pueda ser de interés en el ámbito de la Unión Europea, el Ministerio de Consumo dará traslado del mismo a la Comisión Europea a través del sistema RAPEX.
- Asimismo, el Ministerio dará traslado a los órganos administrativos competentes autonómicos de las comunicaciones procedentes de la Comisión Europea a través del sistema RAPEX, los cuales deberán comunicar si el producto ha sido comercializado en su territorio, las medidas que, en su caso, hayan o adoptado o prevean adoptar y toda la información complementaria que hayan obtenido al respecto. El responsable de la coordinación de esta red es el Ministerio de Consumo, que a su vez es el punto de contacto del sistema RAPEX en España.

3.3. Actividades de promoción de ventas

Constando la definición de estas actividades en el Anexo II de este Código, se expone a continuación el régimen esencial de cada una de ellas.

3.3.1. Ventas en promoción

Los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico que vayan a comerciarse como productos en promoción podrán adquirirse con este exclusivo fin pero no podrán estar deteriorados, ni tampoco ser de peor calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.

Ha de ir precedida o acompañada, y colocada en lugar perfectamente visible del es-

tablecimiento, de información sobre el electrodoméstico o aparato de uso doméstico objeto de promoción, sus condiciones de venta, el periodo de vigencia de este tipo de venta y la existencia de un número de unidades suficientes para hacer frente a la demanda.

El distribuidor debe disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta. Si llegaran a agotarse las existencias, el distribuidor podrá prever el compromiso de la reserva del electrodoméstico o aparato de uso doméstico seleccionado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. Si el comprador no estuviese conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de la reserva sin que el distribuidor hubiese podido atender la demanda, el electrodoméstico o aparato de uso doméstico solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características, y al mismo precio.

3.3.2. Venta con obsequio

Los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico o servicios en que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra o en un plazo máximo de dos meses a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos.

Cuando el ofrecimiento se haya hecho en los envases de los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico, el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los 3 meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

El número de existencias y las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltorio del electrodoméstico o aparato de uso doméstico o, en su defecto, estar debidamente divulgadas.

3.3.3. Ventas en rebajas

Hay plena libertad para la fijación del periodo de rebajas y su duración, pero las fechas elegidas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

Los electrodomésticos o aparatos de uso doméstico objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual de ventas durante el plazo mínimo de un mes; estando prohibido ofertar, como rebajados, electrodomésticos o aparatos de uso doméstico deteriorados.

Si las ofertas en rebajas no afectan a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

Las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto al precio anterior el precio rebajado de los mismos electrodomésticos y aparatos de uso doméstico comercializados tanto en el interior como en el escaparate.

3.3.4. Ventas de saldos

Deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de “venta de restos”, estando debidamente señalizados y separados del resto de las promociones. Se informará de su duración y en caso de ser permanentes, de esta circunstancia.

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

Los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos podrán saldar electrodomésticos y aparatos de uso doméstico ajenos y otros adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos, indicando claramente en el exterior su actividad.

3.3.5. Ventas en liquidación

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

La liquidación por la realización de obras de importancia solo será posible cuando las mismas requieran el cierre del local.

La liquidación en los supuestos de fuerza mayor solo será posible cuando obstaculice el desarrollo normal del negocio por un periodo continuado como mínimo de un mes.

La liquidación de los productos debe efectuarse en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, salvo en los casos de cierre inminente de local y de los de fuerza mayor.

La duración máxima de la venta en liquidación será de tres meses, salvo en el caso de la cesación total de la actividad, que será de 1 año.

No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de electrodomésticos o aparatos eléctricos de uso doméstico similares a la anterior en el curso de los 3 años siguientes, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución

de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

3.4. Contratación a distancia y fuera del establecimiento

3.4.1. Información previa al contrato

En estos contratos el empresario ha de facilitar previamente (con especial atención en el caso de personas consumidoras vulnerables, a las que se les facilitará en formato adecuado, accesible y comprensible) una información señalada en el art. 97.1 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 (TRLGDCU, desde ahora), similar a la indicada en el epígrafe 3.1 de este Código para la contratación presencial, razón por la cual procede remitir a ese epígrafe para completar la información que se dará a continuación. En todo caso, es importante saber que la información facilitada forma parte del contrato y que el empresario carga con la prueba del correcto cumplimiento de los deberes informativos a los que obliga la norma. A estos efectos ha de facilitarse:

- La identificación del empresario (incluida la fiscal, así como los datos de inscripción en el Registro Mercantil, si es persona jurídica).
- La dirección completa del establecimiento, el número de teléfono y la dirección de correo electrónico. Asimismo, cuando el empresario facilite otros medios de comunicación en línea que garanticen que el consumidor pueda mantener cualquier tipo de correspondencia escrita, incluida la fecha y el horario de dicha correspondencia en un soporte duradero, también incluirá detalles sobre esos otros medios. En todo caso, los medios de comunicación permitirán al consumidor contactar con el empresario de forma rápida y eficaz.
- El coste de devolución de los bienes cuando, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo postal. Esto sucede con los electrodomésticos que, por su volumen, se entreguen en el domicilio y no a través de una oficina de correos. Cuando el empresario no pueda realizar por adelantado un cálculo razonable del coste de devolución, deberá facilitar una declaración indicando que dicho coste será exigido y puede ser elevado, acompañada de una estimación razonable del coste máximo que podrá basarse en el coste de suministro al consumidor.

Una novedad en el listado de información precontractual, aplicable desde 28 de mayo de 2022, es la de informar, cuando proceda, que el precio ha sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada (por ejemplo, elaboración de “perfiles” del consumidor).

Por otra parte, con independencia de que el contrato sea presencial, a distancia o fuera de establecimiento mercantil, hay otra novedad que afecta, desde la fecha indicada en el párrafo anterior, relativa a las prácticas comerciales en las que un empresario facilite el acceso a las reseñas de los consumidores y usuarios sobre bienes y servicios. En este caso tales prácticas deberán contener información sobre el hecho de que el empresario garantice o no que dichas reseñas publicadas han sido efectuadas por consumidores que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio.

A tales efectos, el empresario deberá facilitar información clara a los consumidores y usuarios sobre la manera en que se procesan las reseñas.

Hay un tipo de información, específica y adicional a la precontractual anteriormente precisada, que el “proveedor de mercado en línea” (conocido usualmente por términos como “plataforma virtual”, o similares) ha de facilitar al consumidor.

Este proveedor ha de facilitar en fase precontractual consumidor (con especial atención en el caso de personas consumidoras vulnerables, a las que se les facilitará en formatos adecuados, accesibles y comprensibles) la información prevista en el art. 97 bis del TRLGDCU. Aparte de la información general facilitada por la plataforma sobre los parámetros que determinan la clasificación de las ofertas presentadas al consumidor como resultado de la búsqueda y de su importancia relativa, el empresario del sector ha de tener en cuenta que parte de este tipo de información específica y adicional se refiere a su papel dentro de la plataforma o pueden afectar a su propio interés. Por ejemplo, la plataforma ha de informar:

- Si el tercero que ofrece los bienes (el empresario del sector) tiene la condición de empresario o no, con arreglo a su declaración al proveedor del mercado en línea.
- Cuando proceda, cómo se reparten las obligaciones relacionadas con el contrato entre el empresario del sector y la plataforma, sin perjuicio de cualquier responsabilidad por el contrato que tengan en virtud de otra normativa nacional o de la Unión Europea.

- En su caso, las garantías y seguros ofrecidos por el proveedor del mercado en línea o plataforma.
- Los métodos de resolución de conflictos y, en su caso, el papel desempeñado por la plataforma en la solución de controversias.

3.4.2. Entrega de bienes y suministro de elementos digitales

A partir de 1 de enero de 2022 la regulación de la entrega de los bienes comprados incluirá también el suministro de contenidos o servicios digitales que no se presten en soporte material.

Los bienes, salvo que el empresario y el consumidor pacten otra cosa, serán entregados cuando se haya transmitido al consumidor su posesión material o control, sin demoras injustificadas y en un plazo máximo de treinta días naturales desde que se haya contratado la venta; asimismo, suministrará los contenidos o servicios digitales sin demora indebida tras la celebración del contrato. Habrá que entender que si se pacta que la instalación de algún electrodoméstico o aparato de uso doméstico sea obligación del vendedor la entrega no se habrá realizado hasta que se efectúe la instalación.

La obligación de suministro por parte del empresario se entenderá cumplida cuando:

- El contenido digital o cualquier medio adecuado para acceder al contenido digital o descargarlo sea puesto a disposición del consumidor o usuario o sea accesible para él o para la instalación física o virtual elegida por el consumidor y usuario para ese fin.
- El servicio digital sea accesible para el consumidor o usuario o para la instalación física o virtual elegida por el consumidor o usuario a tal fin.

Si el vendedor no cumple con su obligación de entrega, el consumidor tendrá que darle un plazo adicional, adecuado a las circunstancias, para que pueda resolver el contrato.

En el caso de que el empresario no cumpla su obligación de suministro, el consumidor o usuario podrá solicitar que le sean suministrados los contenidos o servicios digitales sin demora indebida o en un período de tiempo adicional acordado expresamente por las partes.

Si el empresario continúa sin cumplir con la entrega o suministro, el consumidor o usuario tendrá derecho a resolver el contrato.

No obstante lo anterior, el consumidor o usuario tendrá derecho a resolver el contrato en el momento en el que se dé alguna de las siguientes situaciones:

- El empresario haya rechazado entregar los bienes o haya declarado, o así se desprenda claramente de las circunstancias, que no suministrará los contenidos o servicios digitales.
- Las partes hayan acordado, o así se desprenda claramente de las circunstancias que concurran en la celebración del contrato, que para el consumidor o usuario es esencial que la entrega o el suministro se produzca en una fecha determinada o anterior a esta. En el supuesto de tratarse de bienes, dicho acuerdo deberá haberse producido antes de la celebración del contrato.

Cuando el consumidor resuelva el contrato de suministro de contenidos o servicios digitales el empresario le hará reembolso de todo lo pagado con arreglo al contrato, y en cualquier caso en un plazo máximo de 14 días a partir de la fecha en la que el empresario haya sido informado de la decisión del consumidor de reclamar su correspondiente derecho. Si se trata de bienes el plazo empezará a contar a partir de su recepción por el empresario o, en su caso, de una prueba aportada por el consumidor o usuario de que los ha devuelto.

Es posible que el bien enviado por el empresario sufra alguna pérdida o deterioro. Si es así, el riesgo lo tendrá que asumir el consumidor cuando él, u otra persona a quien haya señalado -distinta del transportista- tengan la posesión material del bien.

No obstante, si es el consumidor quien encarga el transporte o elige un transportista diferente de aquellos que le proponga el vendedor, tendrá que asumir el riesgo de pérdida o deterioro del bien cuando el vendedor lo haya entregado al transportista, sin perjuicio de los derechos que le quepan contra este.

Está prohibido el envío de productos no solicitados si implican un pago de cualquier naturaleza. Si el consumidor recibe de esta manera un bien no estará obligado a custodiarlo, a devolverlo o a pagar al empresario cantidad alguna, pudiendo solicitar al vendedor una indemnización por los daños y perjuicios sufridos, sin que tenga que soportar una pretensión similar por parte del vendedor.

3.4.3. Contrato

Cuando la contratación se ha hecho a distancia, el empresario ha de tener en cuenta que hay obligaciones que se extienden desde el momento de informar hasta el momento de ejecutar lo que se ha convenido:

- Deberá velar por que el consumidor confirme expresamente, en el momento de efectuar el pedido, que es consciente de que éste implica una obligación de pago.
- Si la realización de un pedido se hace activando un botón o una función similar, el botón o la función deberán señalarse únicamente con la expresión «pedido con obligación de pago» o análoga y nunca ambigua, de forma que indique que la realización del pedido implica la obligación de pagar. En caso contrario, la persona consumidora no quedará obligada por el contrato o pedido.
- En su sitio web debe indicar de modo claro y legible, a más tardar al inicio del procedimiento de compra, si se aplica alguna restricción de entrega y cuáles son las modalidades de pago aceptadas.
- En un contrato electrónico se deben facilitar las condiciones generales de contratación antes de que la persona consumidora quede obligada, para que pueda almacenarlas. Ha de guiarle, indicando los trámites que deba seguir para celebrar su contrato y ha de confirmarle que ha recibido la aceptación dada a su oferta a través de un soporte duradero en un plazo razonable y, a más tardar, en el momento de entrega del producto, de manera que esta confirmación incluya la información que le proporcionó antes de contratar.
- Salvo otro tipo de acuerdo, el plazo de entrega será de 30 días naturales, a contar desde el día siguiente al de la celebración del contrato. En caso de que el producto solicitado no esté disponible, se ha de avisar al comprador/a para que pueda pedir la devolución del importe. Si no cumple esta obligación, se le puede reclamar el doble de lo debido. Ahora bien, es posible una sustitución del producto si ha sido informado expresamente de tal posibilidad: podrá suministrarse sin aumento de precio si el nuevo producto es de características similares y tiene la misma o superior calidad. En este caso, permanecerán los derechos de desistimiento y resolución que fueran aplicables.

3.4.4. Derecho de desistimiento

El consumidor tendrá derecho a desistir del contrato celebrado a distancia o fuera de establecimiento comercial, durante un plazo de 14 días naturales, contados a partir del día que el consumidor o usuario, o un tercero por el indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material de los bienes solicitados, en el caso de los contratos de venta, o bien:

- En caso de entrega de múltiples bienes encargados por el consumidor o usuario en el mismo pedido y entregados por separado, el día que el consumidor o usuario o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último de los bienes.
- En caso de entrega de un bien compuesto por múltiples componentes o piezas, el día que el consumidor o usuario o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último componente o pieza.

Si el contrato ha supuesto una previa visita no solicitada por el consumidor en su domicilio o una excursión organizada para el empresario, el plazo legal para desistir es de 30 días naturales.

El consumidor incurrirá, aparte de otros que pudieran caber en casos especiales que a continuación se examinarán, en los costes directos de devolución del producto de que se trate, salvo si el empresario ha aceptado asumirlos o no le ha informado debidamente al consumidor de que le corresponde asumir esos costes.

También ha de considerarse la eventualidad de que el contrato de venta celebrado incluya una fecha de entrega o un servicio adicional como es la instalación, pues entonces la información ha de extenderse a los gastos razonables en que incurra si el consumidor desiste después de haber hecho una solicitud expresa de inicio del servicio. Por ejemplo, si el consumidor solicita expresamente al comerciante que instale el aparato inmediatamente después de su entrega, pero decide desistir del contrato dentro del plazo de derecho de desistimiento, el comerciante tendrá derecho a una compensación por los costes de instalación si le ha informado debidamente, sin que tenga la obligación de solicitar al consumidor que exprese su conocimiento de que, una vez que el comerciante haya ejecutado íntegramente el contrato, perderá su derecho de desistimiento, pues en este caso la instalación es parte de un contrato de venta. Si la instalación no fuera parte del contrato de venta y se celebrara a distancia o fuera de establecimiento sí que sería necesario este reconocimiento, además de la

solicitud expresa de inicio, al estar en este caso ante un contrato de servicio completamente ejecutado durante el plazo para desistir.

Además de esa compensación puede surgir otra, que procedería en el caso de que el consumidor efectúa una manipulación distinta a la necesaria para establecer su naturaleza, sus características o su funcionamiento, y para determinar estos extremos el consumidor solo debe realizar las mismas manipulaciones e inspecciones de los bienes que las que se admitirían en un establecimiento mercantil. En ningún caso el consumidor o usuario será responsable de la disminución de valor de los bienes si el empresario no le ha informado de su derecho de desistimiento con arreglo a los artículos 97.1.j) y 108.2 TR.

La información precontractual relativa a la existencia de este derecho se extiende a las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercerlo.

Es importante tener en cuenta que forma parte de esta obligación de información precontractual facilitar el modelo del formulario de desistimiento (Modelo B de formulario del Anexo I del TRLGCU) y distinguir información y formulario: la información en sí puede proporcionarse a través del modelo de documento de información de desistimiento establecido en la letra A del Anexo I de la citada norma, pero esta forma de informar no es obligatoria, aunque beneficia al empresario que la utilice, pues se considera que habrá cumplido con los requisitos de información referidos si proporciona dicha información correctamente cumplimentada.

Lo que sí es obligatorio es facilitar el formulario de desistimiento del Modelo B, salvo que el contrato se celebre a través de una técnica de comunicación a distancia en la que el espacio o el tiempo son limitados; por ejemplo, a través del teléfono móvil. En estos casos el empresario podrá facilitar el formulario mediante otro medio y en otro momento, a través de una página web o un número de teléfono.

En relación con el formulario obligatorio ha de tenerse en cuenta que el empresario también puede, aunque de forma adicional, ofrecer al consumidor la posibilidad de enviar un formulario sobre el derecho de desistimiento a través de su sitio web, formulario que puede variar con relación al previsto en el Modelo B del Anexo I.

Si no se ha facilitado la información obligatoria sobre el derecho de desistimiento, el período para su ejercicio finalizará doce meses después de la fecha de expiración del período de desistimiento inicial. Cuando así se informe, si ocurre dentro de ese plazo máximo de doce meses, el plazo para desistir acabará 14 días naturales después de que se haya informado.

En este sector se puede dar el caso de que un solo contrato abarque múltiples electrodomésticos. El derecho de desistimiento, aparte de empezar cuando se entregue el último producto, tiene otra especialidad, pues resulta posible que el consumidor pueda querer cancelar la adquisición de uno o de varios. En este caso el empresario y el consumidor se pueden poner de acuerdo sobre un desistimiento parcial del contrato mediante la devolución de un bien individual o de varios bienes vendidos en el marco de ese único pedido. En este caso, si los bienes suministrados con arreglo al mismo contrato incluyen artículos promocionales, el empresario estará obligado a aceptar la devolución únicamente de los artículos vendidos a su precio íntegro.

La situación sería diferente si el consumidor no hubiese aceptado recibir un regalo que el empresario le hubiere entregado de todas formas. Este regalo puede considerarse como un suministro de bienes no solicitados y, por tanto, el consumidor no estará obligado a su devolución o custodia, ni podrá reclamársele pago alguno por parte del empresario que envió el bien o suministró el servicio no solicitado.

Salvo pacto en contrario, no están sujetos a un derecho legal de desistimiento los electrodomésticos confeccionados conforme a especificaciones proporcionadas por el consumidor o claramente personalizados y los bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega, como pueden ser los pequeños electrodomésticos tipo masajeadores, limpiadores de cara, cepillos eléctricos de dientes, etc.

Serán nulas de pleno derecho las cláusulas que impongan una penalización por el ejercicio del derecho de desistimiento o la renuncia al mismo.

Se deberá efectuar el reembolso utilizando el mismo medio de pago recibido en la transacción inicial, a no ser que se haya dispuesto expresamente lo contrario y siempre y cuando la persona consumidora no incurra en ningún gasto como consecuencia del reembolso.

3.4.5. Condiciones generales de contratación y cláusulas abusivas

El vendedor de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico que utilice en sus contratos cláusulas no negociadas individualmente con el consumidor debe hacer que cumplan estos requisitos:

- 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 hacer referencia expresa el documento contractual.

- Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. Desde 1 de junio de 2022, en ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior a los 2.5 milímetros, el espacio entre líneas fuese inferior a los 1.15 milímetros o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura.
- Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas

Son 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, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato.

Entre otros supuestos, serán abusivas las que vinculen el contrato a la voluntad del empresario, las que limiten los derechos del consumidor, aquellas que determinen una falta de reciprocidad, las que impongan al consumidor garantías desproporcionadas o una carga indebida de la prueba. En todo caso serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas.

El carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato y considerando todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa. A pesar de las dificultades que entraña la atención a todas estas condiciones cuando se pretende valorar este carácter en alguna cláusula, se ofrecen a continuación ejemplos de contenidos que podrían conducir a la presencia de este carácter si aparecen en algún documento o cartel del empresario del sector:

- Si se prevé que la fecha de entrega de los bienes es meramente orientativa.
- Cuando se fija una dilatación del plazo previsto si la fabricación o instalación de encimeras, o elementos análogos, requiere una medición posterior al montaje inicial de los bienes, pues supondría una facultad de modificación unilateral del contrato, por parte del empresario, sobre un elemento esencial del contrato (fecha de entrega).
- Si se indica que los gastos generados por entrega o instalación retrasados serán por cuenta del consumidor; o que el empresario se exime de responsa-

bilidad si no cumple su compromiso de entrega en plazo en caso de huelga, retraso, interrupción de transportes o similar circunstancia “ajena a la empresa”, pues se transmitirían al consumidor las consecuencias de errores de administración o gestión que no le son imputables.

- En oposición al régimen de garantías legalmente previsto estarían las cláusulas que indiquen que los productos de exposición no se cambian, o no se devuelve la señal entregada o que no tienen la garantía legal establecida.
- Igualmente serán abusivas las que prevean cláusulas que los bienes con medidas, colores o materiales diferentes a los de la exposición se consideran artículos especiales, por lo que no se permitirá devolución, cambio o anulación de la compra.
- Supeditar el derecho de reclamar a una verificación del estado del bien en un plazo de 72 horas después de la entrega, o en plazo similar e inferior al previsto por la normativa de garantías, puede hacer abusiva la cláusula en que aparezca esta previsión.
- La retención de cantidades entregadas a cuenta si renuncia el consumidor es abusiva por falta de reciprocidad si no se prevé una indemnización por cantidad equivalente cuando renuncie el empresario. Este sería el caso de las arras penitenciales, o precio del desistimiento, cuando se basan en el artículo 1154 del Código Civil (CC), es decir, cuando la voluntad de las partes es la de dejar sin efecto la relación contractual o el acuerdo precontractual, pagando tal precio.
- Sería abusiva una cláusula que predisponga una penalización por incumplimiento de las obligaciones del consumidor, incluso si se atuviera a reciprocidad, cuando la indemnización prevista fuera desproporcionada, extremo este que se produce cuando el importe predispuesto supera al de los daños efectivos en que pueda incurrir el empresario, por ejemplo, cuando entrega una cantidad al fabricante o distribuidor para adquirir el electrodoméstico, que luego venderá al consumidor, y puede comprobarse que es inferior a la que exige a este.

3.5. Horarios

En los establecimientos comerciales deberá figurar el calendario y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior.

Cada comerciante tiene plena libertad de horario de apertura y cierre, incluida la apertura en días festivos

3.6. Garantías y servicio postventa

3.6.1. Garantía legal

La evolución tecnológica ha dado lugar a un incremento del mercado de bienes que incorporan contenidos o servicios digitales o están interconectados con ellos. Entre ellos pueden estar algunos que comercializa el empresario de este sector, por ejemplo, en el caso de los electrodomésticos. Se aplica un régimen de garantías que incluirá los supuestos mixtos, en los que el bien y el servicio o contenido digital forman un conjunto funcionalmente inseparable, de forma que habrá una sola regulación, clara y unificada, para estos supuestos.

Los extremos más importantes son los siguientes:

Para ser conformes con el contrato, los bienes y los contenidos o servicios digitales deberán cumplir, en particular y cuando sean de aplicación, los siguientes requisitos subjetivos:

- Han de ajustarse a la descripción, tipo de bien, cantidad y calidad y poseer la funcionalidad, compatibilidad, interoperabilidad y demás características que se establezcan en el contrato.
- Tendrán las aptitudes (fines específicos y necesarios para el consumidor) que este haya comunicado al empresario (como muy tarde en el momento de la celebración del contrato) y respecto de los cuales el empresario haya expresado su aceptación.
- Han de ser entregados con accesorios e instrucciones, incluidas su instalación, integración y asistencia al consumidor en caso de contenidos digitales, según disponga el contrato.
- Ser suministrados con actualizaciones (en caso de bienes) o ser actualizados (en caso de contenidos o servicios digitales) según se establezca en el contrato.

Para ser conformes los electrodomésticos o aparatos de uso doméstico deben cumplir, aparte de los requisitos subjetivos ya citados, todos los requisitos objetivos

siguientes: tener el fin para el que se utilizarían normalmente los bienes o contenidos o servicios digitales del mismo tipo y, cuando sean de aplicación, dos extremos importantes: el suministro con accesorios (en particular, el embalaje) e instrucciones que el consumidor puede esperar razonablemente recibir y, en segundo lugar, si tienen la calidad y se corresponden a la muestra o modelo que el vendedor facilitó.

Otro requisito objetivo importante es el de poseer las cualidades y características (sobre todo respecto de la durabilidad del bien, de la accesibilidad y continuidad del contenido o servicio digital y de la funcionalidad, compatibilidad y seguridad) que sean normales y razonablemente esperables en esos bienes y en esos contenidos o servicios digitales que sean del mismo tipo, dada su naturaleza y atendiendo a cualquier declaración pública (especialmente la publicidad y el etiquetado) realizada por el empresario o en su nombre, o por otras personas en fases previas, incluido el productor. El empresario no quedará obligado por tales declaraciones públicas, si demuestra alguno de los siguientes hechos:

- Que desconocía y no cabía razonablemente esperar que conociera la declaración.
- Que, en el momento de la celebración del contrato, la declaración había sido corregida del mismo o similar modo en el que había sido realizada.
- Que la declaración pública no pudo influir en la decisión del consumidor.

Hay un criterio general de responsabilidad especialmente importante en este sector. La falta de conformidad que resulte de una instalación incorrecta del bien o la integración incorrecta de los contenidos o servicios digitales en el entorno digital del consumidor se equipara a una falta de conformidad, cuando se de alguna de las siguientes condiciones:

- La instalación o integración incorrecta ha sido realizada por el empresario o bajo su responsabilidad y, en el supuesto de tratarse de una compra de electrodomésticos, su instalación esté incluida en el contrato.
- Si el contrato prevé que la instalación o la integración las realice el consumidor (incluido el caso de bienes con elementos digitales) y al ejecutarlas este resulta que son incorrectas, debiéndose tal corrección a deficiencias en las instrucciones que haya proporcionado el empresario al respecto.

Extremos importantes ante una falta de conformidad son los siguientes:

- El empresario responderá por la falta de conformidad que exista al entregar el electrodoméstico, el contenido o el servicio digital. El consumidor puede, por simple declaración, exigir la subsanación, la reducción del precio o la resolución contractual. En cualquiera de estos supuestos podrá exigir, además, la indemnización de daños y perjuicios, si procede, y suspender el pago de cualquier parte pendiente hasta que el empresario cumpla con las obligaciones respecto a las garantías y servicios postventa.
- Si el electrodoméstico adquirido no es conforme, el consumidor podrá optar entre exigir su reparación o exigir su sustitución, salvo que una de estas opciones sea objetivamente imposible o suponga costes desproporcionados, a la vista de las circunstancias y, entre ellas, el valor que tendría si no hubiera falta de conformidad y la relevancia de esta.

Cualquier medida correctora será gratuita para el consumidor (gastos de envío, transporte, mano de obra y materiales), realizadas en plazo razonable y sin inconvenientes.

La reparación y la sustitución del electrodoméstico supondrán para el consumidor su puesta a disposición del empresario. Este recuperará el sustituido a sus expensas, de la forma que menos inconvenientes genere al consumidor y atendiendo al tipo de electrodoméstico.

Cuando una reparación requiera la retirada de bienes instalados de forma coherente con su naturaleza y finalidad antes de manifestarse la falta de conformidad –o, si procede, la sustitución– en la obligación de reparar o sustituir estará la retirada de los no conformes, la instalación de los bienes sustituidos o reparados o la asunción de costes de retirada e instalación por cuenta del empresario. Esta previsión y la anterior se encuentran en el artículo 118.5 y 6 del TRLGDCU.

El consumidor puede exigir una reducción proporcional de precio o la resolución del contrato en estos casos:

- En relación con los electrodomésticos, los contenidos y servicios digitales, si la medida correctora es imposible o desproporcionada.
- Si la reparación o sustitución no se han efectuado según los apartados 5 y 6 del artículo 118 citado más arriba, o no se han hecho en un plazo razonable, siempre que el consumidor hubiese solicitado la reducción del precio o la resolución del contrato.

- Si el empresario no ha puesto los contenidos o servicios digitales en conformidad de acuerdo con las reglas recogidas (gratuidad, plazo razonable y sin inconvenientes).
- Cuando aparezca cualquier falta de conformidad después del intento del empresario de poner los bienes o los contenidos o servicios digitales en conformidad.
- Si la falta de conformidad es de tal gravedad que se justifica la reducción inmediata del precio o la resolución del contrato.
- Si el empresario ha declarado, o así se deduce de las circunstancias, que no pondrá los bienes, contenidos o servicios digitales en conformidad en plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor.

En relación con el plazo y modo de reembolso por reducción de precio o resolución del contrato es importante tener en cuenta los siguientes extremos:

- Todo reembolso a favor del consumidor se hará sin demora indebida y, en cualquier caso, en un plazo de catorce días desde la fecha en que el empresario haya sido informado de la decisión del consumidor o de reclamar su correspondiente derecho.
No obstante, en el caso de resolución de un contrato de compraventa de electrodomésticos el plazo de reembolso empezará a contar desde su recepción por el empresario o desde que el consumidor pruebe que los ha devuelto.
- El reembolso se hará en el mismo medio de pago empleado por el consumidor al adquirir el bien, salvo pacto expreso sobre otro modo, siempre que no suponga un coste adicional para el consumidor o usuario ni que medie imposición de cargo por reembolso.

Sobre los plazos de manifestación de faltas de conformidad y carga de la prueba es importante saber que:

- El vendedor responde de las faltas de conformidad que existan en el momento de la entrega y se manifiesten durante los tres años siguientes a su entrega, o de dos años en el caso de contenidos o servicios digitales, excepto que sea de segunda mano, en cuyo caso se podrá pactar un plazo menor, nunca inferior a un año. No obstante, en el caso de bienes con elementos digitales, cuando el contrato prevea el suministro continuo de contenidos o servicios

digitales durante un período de tiempo determinado, el empresario será responsable de cualquier falta de conformidad de los contenidos o servicios digitales que se produzca o se manifieste dentro del plazo durante el cual deben suministrarse los contenidos o servicios digitales de acuerdo con el contrato. Si el contrato de compraventa de bienes con elementos digitales establece el suministro continuo de los contenidos o servicios digitales durante un período inferior a tres años, el plazo de responsabilidad será de tres años a partir del momento de la entrega.

- Salvo prueba en contrario, con carácter general, se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en dos años siguientes a la entrega del bien ya existían cuando este se entregó. En los bienes de segunda mano se podrá pactar un plazo de presunción menor al indicado, nunca inferior al de responsabilidad pactado por falta de conformidad.
- En el caso de bienes con elementos digitales si el contrato prevé el suministro continuo de contenidos o servicios digitales durante un tiempo determinado, la carga de la prueba respecto de si los contenidos o servicios digitales eran conformes durante el plazo pactado recaerá sobre el empresario si la falta de conformidad se manifieste en dicho período de tiempo, teniendo en cuenta que para estos casos el plazo de responsabilidad será de tres años desde la entrega.

En relación con la justificación documental del electrodoméstico, habrá de tenerse en cuenta que:

- El comerciante está obligado a entregar al consumidor que ejercite su derecho para poner el bien en conformidad la justificación documental de su entrega, en la que conste la fecha de entrega y la falta de conformidad que origina el ejercicio del derecho.
- Junto con el electrodoméstico ya conforme proporcionará justificación documental de la entrega en la que conste la fecha de ésta y, la descripción de la medida correctora efectuada.

Es importante tener en cuenta que la acción para reclamar la responsabilidad del vendedor prescribirá a los cinco años desde la manifestación de la falta de conformidad.

Cuando al consumidor le resulte imposible o le suponga una carga excesiva dirigirse al empresario por la falta podrá reclamar directamente al productor con el fin de que el bien sea puesto en conformidad. De esta forma, y sin perjuicio de que cese la

responsabilidad del productor en los mismos plazos y condiciones que los establecidos para el vendedor, el productor responderá por la falta de conformidad cuando ésta se refiera al origen, identidad o idoneidad de los productos, según su naturaleza, finalidad y normas que los regulan.

3.6.2. Garantía comercial

La declaración de garantía comercial deberá redactarse al menos en castellano, de manera clara y comprensible y se entregará en todo caso al consumidor, a más tardar en el momento de la entrega en cualquier soporte duradero.

La declaración de garantía comercial expresará necesariamente:

- Una declaración precisa de que el consumidor tiene derecho a medidas correctoras por parte del empresario, de forma gratuita, en caso de falta de conformidad de los bienes y de que la garantía comercial no afectará a dichas medidas. Dicha gratuidad comprenderá los gastos necesarios en que se incurre para que los bienes o los contenidos o servicios digitales sean puestos en conformidad, especialmente los gastos de envío, transporte, mano de obra o materiales.
- La designación de los bienes a los que se aplica la garantía comercial.
- El nombre y la dirección del garante.
- El procedimiento que debe seguir el consumidor para conseguir la aplicación de la garantía comercial.
- Las condiciones de la garantía comercial (entre otras, el plazo de duración y su alcance territorial).

3.6.3. Servicio postventa

El art. 127 bis) del TRLGDCU fija el plazo durante el cual productor garantizará la existencia de un adecuado servicio técnico y la disponibilidad de piezas de repuesto. Desde 1 de enero de 2022 este plazo será de 10 años, a contar desde el cese de la producción.

Está prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones.

La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público, así como la del resto de servicios aparejados, debiéndose diferenciar en la factura los diferentes conceptos.

El plazo para ejercitar la acción o derecho de recuperación de los bienes entregados por el consumidor y usuario para su reparación es de un año después del momento de la entrega.

3.6.4. Responsabilidad civil por electrodomésticos y aparatos de uso doméstico defectuosos

Si el perjudicado ha sufrido daños o perjuicios causados por el electrodoméstico o aparato de uso doméstico tendrá derecho a ser indemnizado por los daños y perjuicios ocasionados, tanto personales (incluida la muerte) como materiales.

Este derecho es compatible con otros que tenga a ser indemnizado por los daños y perjuicios, incluidos los morales, como consecuencia de la responsabilidad contractual (falta de conformidad u otra causa) o de la responsabilidad extracontractual a que hubiera lugar.

Son ineficaces las cláusulas de exoneración o de limitación de la responsabilidad civil frente al perjudicado.

Al distribuidor que se presente como fabricante o importador en la UE le serán de aplicación las reglas anteriores de responsabilidad civil, pudiendo ser responsable de los daños causados por los defectos de los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico que haya introducido en el mercado, siéndole de aplicación las reglas anteriores de responsabilidad civil.

3.7. Reclamaciones y Servicios de Atención al cliente

Habrà a disposición de la clientela hojas de reclamaciones y se exhibirá de modo permanente y visible al público el cartel oficial que anuncia su existencia. Los profesionales o empresas de venta a distancia, y demás que carezcan de establecimientos o locales abiertos al público deben disponer de las hojas de reclamaciones en el domicilio social o fiscal ubicado en la Comunidad de Madrid, debiendo hacer constar esta circunstancia en los lugares o en los soportes en los que se realice la oferta.

Las hojas de reclamaciones serán facilitadas cuando no haya conformidad con el servicio correspondiente, el precio cobrado o cualquier otra controversia surgida al

respecto. Si no fueran entregadas, se puede solicitar la presencia de la Policía Municipal a los efectos de que haya constancia de la negativa.

Los empresarios del sector pueden solicitar presencialmente hojas de reclamaciones en la OMIC Central (C/ Príncipe de Vergara, 140) o en las Oficinas Municipales de Distrito. También pueden obtenerlas como formulario descargable en la página web del Ayuntamiento (<https://sede.madrid.es>).

Con independencia de esa forma de reclamar o denunciar dejando constancia ante la Administración competente, 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 o permita la presentación de reclamaciones y quejas al consumidor, y, por lo tanto, al Sistema Arbitral de Consumo, no haya podido ser resuelta, cualquiera que sea su lugar de residencia, de forma que se consiga una atención inmediata y se facilite el envío de documentos. Por esta razón, es necesario poner a disposición de estas un número de teléfono, una dirección postal completa y una dirección de correo electrónico. Si la dirección legal no coincidiera con la habitual, se indicará aquella para facilitar la reclamación. Cuando se facilite la comunicación por teléfono, para atender en relación con un contrato realizado, el uso de la línea no puede suponer un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar.

En el supuesto de utilizarse una línea telefónica de tarificación especial que suponga un coste para el consumidor o usuario, el empresario facilitará al consumidor, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo. Se dará respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación.

Cuando una reclamación sea presentada directamente al empresario adherido a este Código, éste informará sobre la adhesión a una entidad acreditada a nivel europeo como puede ser la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, indicando su denominación, dirección y la de su página web y en papel u otro soporte duradero. Esta información se ofrecerá de manera clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web, debiendo constar también en las condiciones generales de contratación. Si el empresario no dispusiera de sitio web o no existiera documentación relativa a las condiciones generales, el suministro de esta información se efectuará de cualquier manera que permita al consumidor su conocimiento, en particular a través de folletos informativos propios, carteles con la información en lugar accesible al consumidor o cualquier otra comunicación comercial.

3.8. Venta a plazos de bienes muebles

Se puede realizar venta a plazos de aparatos electrodomésticos o aparatos eléctricos de uso doméstico si tienen características que los hagan suficientemente identificables y diferenciados, y además su precio esté aplazado en todo o en parte por un periodo superior a tres meses.

Respecto a la identificación de los bienes la Ley 28/1998, de 13 de julio, reguladora de este tipo de ventas y de los contratos de préstamo que las facilitan, considera identificables a todos aquellos en los que conste la marca y número de serie o fabricación, de forma indeleble o inseparable en una o varias de sus partes fundamentales o si tienen alguna característica distintiva que excluya razonablemente su confusión con otros.

En el contrato, entre otros requisitos, han de figurar la identificación de los contratantes y los datos de índole económica: el precio de venta al contado, el desembolso inicial que pueda pactarse, la parte aplazada y la que pueda financiar un tercero. En el contrato de financiación ha de figurar el capital, el tipo de interés – con su importe, número y periodicidad de los plazos y de otros gastos, junto a su importe, si fuera posible - así como el tipo de interés nominal (TIN) y la tasa anual equivalente (TAE).

Es importante indicar la prohibición de vender o disponer de la cosa hasta que no se haya pagado todo el precio o reembolsado el préstamo, si no hubiera autorización escrita del vendedor o del financiador. También ha de figurar el derecho de desistimiento en el contrato.

El consumidor podrá desistir del contrato dentro de los siete días hábiles siguientes a la entrega del bien, comunicándolo mediante carta certificada u otro medio fehaciente al vendedor y, en su caso, al financiador, siempre que se cumplan todos los requisitos siguientes:

- No haber usado del bien vendido más que a efectos de simple examen o prueba.
- Devolverlo, dentro del plazo señalado anteriormente, en el lugar, forma y estado en que lo recibió y libre de todo gasto para el vendedor. El deterioro de los embalajes, cuando fuese necesario para acceder al bien, no impedirá su devolución.
- Proceder, cuando así se haya pactado, a indemnizar al vendedor en la forma establecida contractualmente, por la eventual depreciación comercial del

bien. Dicha indemnización no podrá ser superior a la quinta parte del precio de venta al contado. A este fin habrá de aplicarse el desembolso inicial si existiera.

Una vez transcurrido el plazo para el ejercicio de la facultad de desistimiento surtirán los efectos derivados del contrato. No obstante, en cualquier momento de vigencia del contrato, el comprador podrá pagar anticipadamente, de forma total o parcial, el precio pendiente de pago o reembolsar anticipadamente el préstamo obtenido, sin que en ningún caso puedan exigirse intereses no devengados. En tal supuesto, el comprador sólo podrá quedar obligado a abonar, por razón del pago anticipado o reembolso, la compensación que para tal supuesto se hubiera pactado y que no podrá exceder del 1,5 por 100 del precio aplazado o del capital reembolsado anticipadamente en los contratos con tipo de interés variable y del 3 por 100 en los contratos con tipo de interés fijo. Salvo pacto, los pagos parciales anticipados no podrán ser inferiores al 20 por 100 del precio.

3.9. Créditos al consumo

Con un contrato de crédito al consumo un prestamista concede o se compromete a conceder crédito a un consumidor en forma de pago aplazado, préstamo, apertura de crédito o cualquier otro medio equivalente de financiación.

Existe la obligación de proporcionar una información básica al consumidor, que deberá incluirse en la publicidad y comunicaciones comerciales, así como en los anuncios y ofertas exhibidos en los locales comerciales y también en aquellos en que se ofrezca un crédito o la intermediación para la celebración de un contrato de crédito, pero siempre que se indique el tipo de interés o cualquier cifra relacionada con el coste del crédito para el consumidor.

Esta información especificará los elementos siguientes, de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo: tipo deudor fijo o variable y recargos incluidos en el coste total del crédito para el consumidor, importe total del crédito, tasa anual equivalente (TAE significa el coste total del crédito expresado como porcentaje anual del importe total del crédito), duración del contrato de crédito en el caso de los créditos en forma de pago aplazado de un bien o servicio en particular, el precio al contado y el importe de los posibles anticipos, así como el importe total adeudado por el consumidor y el importe de los pagos a plazos. Por lo indicado anteriormente no se podrá publicitar como financiación gratuita aquella en la que, aunque no se cobren intereses, existan comisiones u otros gastos para el consumidor.

En el momento de celebración del contrato hay que tener en cuenta la obligación de proporcionarlo por escrito, en papel u otro soporte duradero, así como un contenido exhaustivo para aquellos cuyo importe esté comprendido entre 200 y 75.000 euros. Entre otros datos han de aparecer los siguientes:

- Identidad y domicilio de los contratantes, y, en su caso, del intermediario.
- Características principales del contrato: tipo de crédito, importe total del crédito e importe total que hay que pagar (la suma del importe total del crédito y los gastos totales), duración del crédito.
- Costes del contrato: tipo deudor, tasa anual equivalente (TAE: el coste total del crédito expresado como porcentaje anual del importe total del crédito); costes relacionados, incluidos los costes en caso de pagos atrasados, y si procede la especificación de seguros o servicios accesorios a los que se condiciona la concesión del crédito.
- Otros datos jurídicamente importantes, como son la existencia (14 días naturales) o ausencia del derecho de desistimiento, el reembolso anticipado y posible derecho de compensación a favor del prestamista cuando surge tal anticipo, el derecho a ser informado del resultado producido tras la búsqueda en bases de datos de aquellos que se refieran a él y tengan relación con su solvencia, derecho de obtención gratuita del proyecto de contrato de crédito y periodo de validez de la información precontractual.
- Datos relativos a la información adicional si se ha realizado una comercialización a distancia de su financiación.

La vinculación contractual, si el vendedor de un bien incumple con sus obligaciones y el consumidor está ligado a un crédito que le sirve para financiar la compra, supone que:

- El consumidor puede ejercer contra el prestamista los derechos que tiene frente al vendedor que incumple con sus obligaciones, pero siempre y cuando el bien o el servicio contratado no se hayan entregado o no sean conformes con lo contratado y, además, se haya reclamado en primer lugar contra el vendedor sin obtener satisfacción.
- Aparte del incumplimiento del vendedor del bien, al consumidor pueden afectarle diversas circunstancias que hagan ineficaz el contrato que le liga con el minorista; de forma que, si hay vinculación con un crédito al consumo, este

devenga también ineficaz. Esta consecuencia jurídica general prevista por la Ley tiene un caso específico en el derecho de desistimiento: si el consumidor ha hecho uso de este derecho en su contrato con el vendedor de estos bienes también dejará de estar vinculado al contrato de crédito al consumo.

- La ineficacia contractual puede tener un sentido opuesto: si el consumidor y el vendedor acuerdan que el precio se abone, total o parcialmente, con un crédito, la venta no será eficaz hasta que el crédito sea efectivamente obtenido.

Hay un derecho de desistimiento que la Ley de Contratos de Crédito al Consumo reconoce al consumidor que contrata un crédito, con independencia del que puede afectar a la venta del bien. En el plazo de 14 días naturales desde que se ha celebrado el contrato, sin tener que alegar motivo alguno ni ser penalizado por su ejercicio -salvo por los gastos no reembolsables que haya abonado el prestamista a la Administración Pública- el consumidor tiene derecho a dejar sin eficacia el contrato de crédito; pero tiene ciertas obligaciones: comunicar de forma fehaciente al prestamista el ejercicio de este derecho (antes de que expire el plazo a su favor) y pagarle el capital e intereses generados entre la fecha en que dispuso el crédito y aquella en que reembolse el capital, pago que ha de efectuar en el plazo máximo de 30 días desde que notifica su voluntad de desistir.

3.10. Precios

El distribuidor podrá fijar libremente el precio de sus productos. Los precios deberán ser inequívocos, fácilmente identificables y claramente legibles, y visibles por el consumidor, tanto en el interior del establecimiento como en el escaparate, de forma que el consumidor no necesite la ayuda del vendedor para que le informe sobre los precios de los productos expuestos.

Si el precio estuviera sujeto a la elaboración de un presupuesto se informará sobre la forma en que se determine aquel y también sobre todos los gastos adicionales (transporte, entrega...).

Si la publicidad incluye el precio, se deberá indicar el precio total de la compra, con las especificaciones que ya se han tenido en cuenta en relación con la publicidad e información precontractual. En el caso de que el vendedor facilite la adquisición con aplazamiento de pago, en el momento de formalizar la oferta informará por escrito, entre otros extremos, del precio total al contado, el precio bajo la fórmula de pago aplazado, el número de plazos y su periodicidad.

3.11. Facturas y facturas simplificadas

Los comerciantes están obligados a expedir y entregar una factura o factura simplificada (tique) como justificante de la compra realizada, debiendo conservar copia o matriz de las que reciban de sus proveedores.

La obligación de expedir factura podrá ser cumplida mediante expedición de factura simplificada en las ventas al por menor cuando su importe no exceda de 3.000 euros IVA incluido.

Se puede expedir factura electrónica, pero solo si se ha obtenido previamente el consentimiento expreso. En este caso, la solicitud del consentimiento deberá precisar la forma en que se procederá a recibir la factura y la posibilidad de que se pueda revocar el consentimiento y la manera en que podrá realizarse dicha revocación. El derecho a recibir la factura en papel no podrá quedar condicionado al pago de cantidad económica alguna.

Atendiendo a la regulación fiscal y de consumo aplicables a los documentos justificativos de la compra, resultará que la factura simplificada que se entregue, y sus copias, ha de contener los siguientes datos:

- a) Número y, en su caso, serie. La numeración de las facturas de cada serie será correlativa.
- b) Nombre y apellidos, razón social o denominación social completa, y domicilio del expedidor, así como su Número de Identificación Fiscal. La normativa estatal de consumo exige, además, el nombre comercial y su nº de teléfono (obligatorio en contratación presencial) y, en su caso, los de aquellos por cuya cuenta actúe.
- c) Fecha de expedición de la factura y fecha de la operación o del pago anticipado, si es una fecha distinta a la de expedición. La normativa de consumo también exige la constancia de la fecha de entrega comprometida, si es diferente a la de venta.
- d) Identificación de los electrodomésticos o aparatos de uso doméstico vendidos.
- e) Precio final abonado por el consumidor/a, indicando el tipo impositivo aplicado o la expresión “IVA incluido”.
- f) Otros datos esenciales, relacionados con la información precontractual que se ha de proporcionar al consumidor/a, como pueden ser el recordatorio sobre la existencia de garantía legal y, si existe un derecho de desistimiento, el plazo y condiciones para ejercerlo. Los cambios o devoluciones que se reconozcan han de diferenciarse de las opciones que la normativa prevé ante una falta de conformidad, lo que puede conseguirse mediante expresiones como pueden ser “salvo tara o defecto”, o similares, después de mencionar aquellos.

3.12. Publicidad

Los comercios de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico garantizarán que la oferta, promoción y publicidad de los bienes y servicios se ajusta a su naturaleza, características, utilidad y finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación, y se realizarán conforme a los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, en el marco de la legislación general sobre publicidad, de forma que no puedan engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de adquisición.

Está prohibida la oferta de venta directa en la que el vendedor invoque su condición de fabricante o mayorista, salvo que:

- En el primer caso, fabrique realmente la totalidad de los electrodomésticos puestos a la venta y, en el segundo, realice sus operaciones de venta fundamentalmente a comerciantes minoristas.
- Que los precios ofertados sean los mismos que aplica a otros comerciantes, mayoristas o minoristas, según los casos.

Para enviar publicidad a distancia se debe contar con la autorización expresa del consumidor y usuario y en la información deberá constar inequívocamente su carácter comercial.

3.13. Protección de datos

Los empresarios del sector pueden solicitar y tratar datos de carácter personal procedentes de los clientes. Si es así, deberán tenerse en cuenta los principios de protección de datos recogidos en el Reglamento 2016/679, de 27 de abril, de protección de datos personales (RGPD), así como en la Ley Orgánica 3/2018, que lo desarrolla.

Para aplicar la normativa de protección de datos en su establecimiento el titular tiene a su disposición documentos y herramientas digitales elaboradas por la Agencia Española de Protección de Datos (www.aepd.es). Es recomendable la consulta periódica (ante la eventualidad de que sufran modificaciones) de las siguientes guías:

- **“FACILITA RGPD”**, que es una aplicación gratuita especialmente ideada para empresas que tratan datos que suponen un escaso riesgo, como son los de clientes, proveedores y personal.

- **“Canal del DPD”**, que es un canal del Delegado de Protección de Datos que tiene como finalidad atender las consultas planteadas ante la AEPD por los Delegados de Protección de Datos, tanto del sector público como del privado.
- **“Comunica-Brecha RGPD”**, con esta herramienta un responsable de tratamiento puede obtener una valoración que le asista en la toma de decisiones sobre la obligación de comunicar a los afectados por una brecha de seguridad de los datos personales.
- **“Gestiona EIPD”**, que es un asistente para el análisis de riesgo y evaluación del impacto en protección de datos.
- **“Guía para la gestión y notificación de brechas de seguridad”**.
- **“Guía para el cumplimiento del deber de informar”**.

3.14. Gestión de Residuos

La Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular prevé obligaciones relativas a la gestión de residuos que pueden alcanzar al empresario que desee adherirse a este Código de Buenas Prácticas, habida cuenta de que su posición más probable será la de productor inicial o poseedor de residuos. Entre estas obligaciones de gestión están las siguientes:

1 → Obligación de asegurar un tratamiento adecuado de sus residuos, de forma que no se comprometa la salud humana, se preserve el medio ambiente y respete el orden de prioridad en la jerarquía de residuos previstos por los artículos 7 y 8 de la Ley, debiendo acreditar el empresario tal obligación de forma documental. A estos efectos, dispone de las siguientes opciones:

- a)** Realizar el tratamiento por sí mismo, si dispone de autorización adecuada.
- b)** Encargar el tratamiento a un negociante registrado o a un gestor autorizado.
- c)** Entregar los residuos a una entidad pública de recogida de residuos para su tratamiento (por ejemplo, en los puntos indicados por el Ayuntamiento) o privada, incluidas las entidades de economía social, siempre que estén registradas. Si el prestador del servicio entrega los residuos para un tratamiento intermedio o a un negociante, su responsabilidad concluirá cuando quede debidamente documentado el tratamiento completo a través de los correspondientes documentos de traslado de residuos y, cuando sea necesario, mediante un certificado o declaración responsable de la insta-

lación de tratamiento final, documentos que podrán ser solicitados por el empresario del sector.

Una medida de prevención específica es que queda prohibida la destrucción o su eliminación mediante depósito en vertedero de excedentes no vendidos de productos no perecederos tales como textiles, juguetes o aparatos eléctricos, entre otros, salvo que dichos productos deban destruirse conforme a otra normativa o por protección del consumidor y seguridad. Dichos excedentes se destinarán en primer lugar a canales de reutilización, incluyendo su donación, y cuando esto no sea posible, a la preparación para la reutilización o a las siguientes opciones de la jerarquía de residuos, respetando el orden establecido en el artículo 8.

2 ➤ Cuando el empresario genere residuos que no sean peligrosos tendrá que separarlos en origen y gestionarlos de conformidad con las obligaciones de entrega, para valorización posterior, previstas en el artículo 25 de la citada Ley, debiendo acreditar documentalmente la corrección de la gestión. La responsabilidad del empresario por los residuos comerciales no peligrosos concluirá cuando los haya entregado en los términos previstos en las ordenanzas municipales y en el resto de la normativa aplicable.

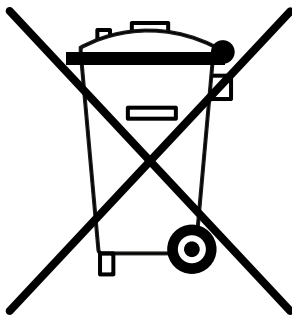
3 ➤ Para facilitar la gestión de sus residuos el prestador del servicio, además de proporcionar la información que precisen los gestores autorizados, las entidades locales y las Administraciones Públicas competentes, ha de identificar sus residuos antes de la entrega para una gestión conforme a lo establecido sobre Clasificación y Lista europea de residuos por el artículo 6 de la norma citada y, en el caso de que sean residuos peligrosos, determinar sus características de peligrosidad.

Aparte de las citadas obligaciones de gestión, surgen las relativas al almacenamiento, mezcla, envasado y etiquetado de residuos. Figuran en el artículo 21 de la Ley 7/2022 y, como son muy importantes y ofrecen multitud de detalles, es recomendable que el empresario efectúe su consulta teniendo en cuenta el contexto preciso en que realiza su actividad.

Precisamente, en atención a la actividad desarrollada usualmente por los vendedores que deseen adherirse a este sector, los residuos más frecuentemente generados por los comercios se pueden clasificar de esta manera:

➔ **Residuos de Aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE):**

El electrodoméstico o aparato eléctrico de uso doméstico debe ir marcado de manera que quede identificado el fabricante, debiendo incluir en la etiqueta el siguiente símbolo:



→ **Pilas y acumuladores:**

Las pilas y acumuladores deberán incluir en su etiquetado el marcado correspondiente a dos símbolos, uno relativo al contenido de materiales pesados (símbolo químico correspondiente al mercurio (Hg), Cadmio (Cd) o Plomo (Pb) y otro indicativo de su recogida por separado (contenedor de basura tachado por un aspa).

Solo podrán ponerse en el mercado las pilas, acumuladores y baterías que reúnan todas las condiciones exigidas en la normativa aplicable, en concreto, en el Real Decreto 106/2008, de 1 de febrero, de pilas y acumuladores y la gestión ambiental de sus residuos.

Los distribuidores están obligados a aceptar en el momento de suministrar pilas y acumuladores, la devolución de los usados sin cargo alguno para el consumidor.

En el caso de puntos de recogida selectiva ubicados en los establecimientos de los distribuidores, éstos están obligados a aceptar el retorno de las pilas y acumuladores portátiles usados sin coste para los consumidores sin que pueda exigirse la compra o adquisición de pilas o acumuladores portátiles nuevos.

→ **Envases:**

El comerciante deberá entregar los envases, incluidos los comerciales, de los electrodomésticos y aparatos eléctricos y electrónicos en condiciones adecuadas de separación por materiales que permitan su reutilización y adecuada gestión.

4. Compromisos de Actuación

Sin perjuicio del cumplimiento de todos los requisitos establecidos legalmente, los establecimientos que se adhieran al presente Código de Buenas Prácticas asumen 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 o usuarios 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, conforme a lo previsto en el artículo 25 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero. Son características esenciales del Sistema Arbitral de Consumo la voluntariedad, igualdad entre las partes, gratuidad, rapidez, simplicidad, eficacia, y carácter vinculante y ejecutivo.
- **El empresario anunciará en el establecimiento y en su página web la adhesión voluntaria al Sistema Arbitral de Consumo y a este Código mediante los correspondientes distintivos acreditativos.**
- **Los establecimientos adheridos al presente Código de Buenas Prácticas, colaborarán en la difusión del mismo, debiendo tener ejemplares suficientes a disposición de los consumidores que lo soliciten** para su consulta, ejemplares que serán facilitados por el Ayuntamiento de Madrid, al objeto de difundir el citado Código, y que son accesibles a través de la página web municipal (www.madrid.es, introduciendo en el buscador la expresión “código de buenas prácticas en el sector del comercio de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico”).
- **Mantendrán a disposición del público cualquier otro material divulgativo facilitado por las Administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas.** Se complementará, mediante el medio oportuno, la información aportada por noticias y publicaciones en general, en la medida que se juzgue necesaria para satisfacer el interés del consumidor.
- **Mediante carteles u otros medios informativos efectuarán a los usuarios recomendaciones sobre la conveniencia de guardar la publicidad, ya que**

puede tener carácter contractual, así como guardar los resguardos correspondientes a los pagos efectuados.

- **Facilitarán las hojas de reclamaciones cuando sean solicitadas por los usuarios, ayudándoles a cumplimentarles y prestando la diligencia necesaria para asistir a aquellas personas consumidoras vulnerables** que necesiten esta atención.
- **La empresa se compromete a contestar a cualquier reclamación cuanto antes, pero siempre en un plazo máximo de 15 días desde su recepción; con independencia de la forma en que se haya recibido.**
- **La adhesión al código de buenas prácticas y la concesión del correspondiente símbolo de calidad requerirán la cumplimentación del protocolo de autocontrol**, que recoge el enfoque esencial de la normativa y los compromisos de calidad, recomendándose la consulta previa o simultánea de los epígrafes del código a los que se refiere cada uno de sus apartados, especialmente en los casos en que se hace referencia a una gran cantidad de datos. **Es necesaria su remisión al Ayuntamiento de Madrid, junto a la documentación solicitada y relativa a cada establecimiento del titular.**
- **Facilitarán la presentación de documentación y protocolos que se les requiera**, al objeto de comprobar la regularidad de la adhesión, ateniéndose en todo momento al seguimiento de la aplicación del código descrito en el epígrafe 5. Todo ello sin perjuicio de las actividades de inspección y control que desarrollen las Administraciones Públicas en aquellas prácticas que pudieran constituir infracción administrativa.

4.2. Prestación del servicio

- **En la prestación del servicio al consumidor, se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total**, evolucionando de modo permanente de acuerdo con las exigencias del mercado, contribuyendo a ello mediante la revisión de sus procedimientos, atendiendo al cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad asumidos. **Prestará atención al etiquetado de los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico recibidos, al objeto de verificar su conformidad antes de exponerlos a la venta y reenviarlos al responsable, si procede, antes de comercializarlos.**

- **Se atenderá al usuario sin discriminación alguna** por orden de petición del servicio, salvo causa justificada, no debiendo sufrir las ventas cubiertas por garantía ninguna postergación.
- **Se facilitará al cliente un asesoramiento especializado** que permita la elección, por su parte, de los aparatos eléctricos y de los aparatos de uso doméstico más adecuado. Para ello:
 - **Se prestará especial atención a la formación técnica de los empleados** del establecimiento de manera que conozcan los distintos tipos y categorías de aparatos, así como las prescripciones normativas y los compromisos de calidad referidos en el presente Código.
 - **Ofrecerán al consumidor toda la información de que dispongan como profesionales del sector.**
 - **Proporcionarán información sobre etiqueta ecológica, el marcado “CE” y lo que ello implica.**
 - **Igual diligencia se empleará al informar sobre las especialidades relativas al derecho de desistimiento legal que cupiera en la contratación a distancia, en las ventas a plazos y en los créditos al consumo, distinguiéndolo con precisión del contractual que cupiera por decisión del empresario y de los remedios que correspondieran ante una falta de conformidad del electrodomésticos o aparato de uso doméstico vendido.**
 - **Realizarán demostraciones sobre el funcionamiento del producto** correspondiente, a petición del cliente o siempre que se considere necesario.
- **Los productos se dispondrán en el establecimiento ordenados por categorías:** grandes electrodomésticos de línea blanca (lavadoras, lavavajillas, frigoríficos, hornos, etc.); línea marrón, integrada por aparatos de imagen y sonido (TV, DVD, equipo de música, home cinema); pequeños electrodomésticos (cafeteras, tostadoras, secadores de pelo, planchas, etc.); productos ofimáticos (ordenadores, impresoras; etc.); pudiéndose establecer cualquier otro criterio que facilite la búsqueda del aparato de la especialidad deseada y la elección por parte del comprador.

- **Ante la petición de un artículo no disponible se efectuarán todas las gestiones oportunas para satisfacer la demanda planteada en el menor tiempo posible, ofreciendo al consumidor la alternativa de poner a su disposición otro producto de características muy similares o pedir el solicitado a la central de distribuciones.**
- **El comerciante se compromete a no distribuir aparatos eléctricos ni aparatos de uso doméstico que sean copia de marcas registradas o que por su nombre induzcan a error sobre la marca.**
- **Revisarán periódicamente el estado de los aparatos eléctricos y de los aparatos de uso doméstico que así lo precisen, retirando aquellos que muestren signos de deterioro.**
- **Si se usa una tarjeta de pago que lo facilite sin necesidad de introducirla en el TPV o de pasarla por el lector de bandas magnéticas (tarjeta contactless), se indicará y facilitará la comprobación del importe que figura en la pantalla del TPV al acercar la tarjeta, para que se pueda asegurar el consumidor de que es correcto. También se recomendará guardar el tique de compra, para comprobar la correspondencia entre el importe del cargo de la tarjeta y el de la pantalla del TPV.**

4.3. Instalaciones y personal

- **Como establecimientos de uso público facilitarán, en la medida de lo posible, el acceso a los mismos a las personas en situación de limitación o movilidad reducida (rampas de acceso...), con independencia del cumplimiento de las medidas de accesibilidad que sean obligatorias o requieran las Administraciones Públicas.**
- **Los establecimientos en los que se atiende al público se mantendrán suficientemente iluminados, limpios y ordenados.**
- **El personal que atiende directamente al público mostrará, en todo momento, un comportamiento correcto y un lenguaje atento y cortés, colaborando siempre que así le sea requerido, en la resolución de los problemas y dudas que pudieran tener los clientes.**
- **Las empresas prestarán especial atención en la formación continua y especializada de los empleados, involucrando al personal trabajador en el**

cumplimiento de este Código de Buenas Prácticas y, en particular, de los compromisos de actuación.

4.4. Consumo sostenible y compromiso social

- La actividad del empresario no solo debe regirse por la normativa vigente, sino que debe adaptarse a cuantas buenas prácticas medioambientales sean necesarias para minimizar el consumo de materias primas y energía, así como la producción de residuos, especialmente los peligrosos. Por esta razón **el empresario se compromete a consultar los Manuales o Catálogos de Buenas Prácticas de las Administraciones Públicas (por ejemplo, el Catálogo de Buenas Prácticas del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, accesible en www.miteco.gob.es), implementando las medidas que le resulten posibles e informando sobre su adopción en caso de que se solicite información sobre tales medidas.**
- **Contribuirán a la educación ambiental de los consumidores mediante la difusión de mensajes que fomenten el consumo responsable de aparatos eléctricos y de los aparatos de uso doméstico e informarán sobre la existencia de campañas de recogida de aparatos eléctricos y de los aparatos de uso doméstico con fines benéficos (ONGs, etc.).**
- **En los establecimientos, con independencia de la superficie destinada a la venta de AEE, se recogerán los RAEE pequeños (ninguna dimensión exterior superior a los 25 cm), de modo gratuito para los usuarios finales, sin obligación de compra de un aparato eléctrico y electrónico de tipo equivalente.**
- **Colaborarán en la ejecución de medidas generales de recogida selectiva de residuos, especialmente los provenientes de los electrodomésticos, para potenciar su reciclado, así como en las campañas específicas de prevención de residuos concretos que desarrolle el Ayuntamiento –para lo que es aconsejable la consulta periódica en su página web (www.madrid.es)– u otras Administraciones competentes. También fomentarán la utilización de papel reciclado para la elaboración de catálogos y folletos publicitarios.**
- **El empresario facilitará información sobre la ubicación de puntos fijos y móviles, dependencias, mercadillos y recogida a domicilio donde pueden depositarse bienes usados, pudiendo encontrar esta información en la página web del Ayuntamiento (www.madrid.es, introduciendo en el buscador la expresión “puntos limpios”). Así mismo asociarán esa información a la relativa a la existen-**

cia de la plataforma municipal REMAD. Con esta denominación funciona en los puntos fijos del Ayuntamiento de Madrid una plataforma de intercambio gratuito de objetos como los pequeños aparatos eléctricos y electrónicos del hogar (no grandes electrodomésticos), muebles, artículos deportivos, además de libros y juguetes. De esta forma se reduce la generación de residuos e impulsa la economía circular a través de la reutilización de objetos usados. El funcionamiento de esta plataforma se describe en la página web del Ayuntamiento, a la que se puede acceder introduciendo en su buscador la expresión “plataforma REMAD”.

5. SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO

Una vez que los establecimientos 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, en base a los datos consignados en el protocolo de autocontrol y 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 en el caso de detectar desviaciones con respecto al mismo.

La exhibición del símbolo de calidad por parte de aquellos establecimientos que no cumplan todos los aspectos del presente código, ya sean legales o de calidad, supondrá la retirada inmediata del mismo y la prohibición absoluta de su utilización.

El Ayuntamiento de Madrid procederá a inscribir en el correspondiente Registro de Empresas Adheridas y Concesionarias del Símbolo “Buenas Prácticas”, adscrito a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, a aquellos establecimientos que hayan solicitado su adhesión al mismo, 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 de este.

7. ANEXO I. DEFINICIONES

Aparatos de uso doméstico

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

Consumidor y usuario

Personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito con un propósito ajeno a una actividad empresarial o profesional, así como las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

Consumidor vulnerable respecto de relaciones concretas de consumo

Aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentren, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.

Contratos celebrados a distancia

Contratos celebrados con los consumidores y usuarios en el marco de una actividad empresarial, sin la presencia física simultánea de los contratantes, siempre que la oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato en la propia celebración del mismo y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el empresario.

Entre otras, tienen la consideración de técnicas de comunicación a distancia: el correo postal, Internet, el teléfono.

Contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles

Aquellos celebrados entre un empresario y un consumidor en alguna de las siguientes circunstancias:

- a. Contratos celebrados con la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario.
- b. Contratos en los que el consumidor y usuario ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a).
- c. Contratos celebrados en el establecimiento mercantil del empresario o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor y usuario en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del empresario, con la presencia física simultánea del empresario y el consumidor y usuario.
- d. Contratos celebrados durante una excursión organizada por el empresario con el fin de promocionar y vender productos o servicios al consumidor y usuario.

Contrato de crédito al consumo

Aquel en virtud del cual un prestamista concede o se compromete a conceder a un consumidor un crédito bajo la forma de pago aplazado, préstamo, apertura de crédito o cualquier medio equivalente de financiación.

No se considerarán contratos de crédito los que consistan en el suministro de bienes de un mismo tipo o en la prestación continuada de servicios, siempre que en el marco de aquéllos asista al consumidor el derecho a pagar por tales bienes o servicios a plazos durante el período de su duración.

Envase

Todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utilice para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías, desde materias primas hasta artículos acabados, en cualquier fase de la cadena de fabricación, distribución y consumo. Se consideran también envases todos los artículos desechables utilizados con este mismo fin. Dentro de este concepto se incluyen únicamente los envases de venta o primarios, los envases colectivos o secundarios y los envases de transporte o terciarios.

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 de mantenimiento relacionado con el bien o el contenido o servicio digital, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro requisito no relacionado con la conformidad del bien o del contenido o servicio digital con el contrato, enunciados en el documento de garantía o en la publicidad, disponible en el momento o antes de la celebración del contrato.

Marca

Todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del producto o de su embalaje, o los sonidos, a condición de que tales signos sean apropiados para:

- a. distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y
- b. ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular.

Material eléctrico

Todo material utilizado para la producción, la transformación, el transporte, la distribución o la utilización de energía eléctrica, como máquinas, transformadores, aparatos, instrumentos de medición, dispositivos de protección, material de cableado y aparatos de utilización. “Diccionario Electrotécnico Internacional” de la CEI (Comisión Electrotécnica Internacional).

Norma UNE

Especificación técnica aprobada por los organismos de normalización reconocidos, cuya referencia haya sido publicada en el “Boletín Oficial del Estado”.

Producto defectuoso

Aquel que no ofrezca la seguridad que cabría legítimamente esperar, teniendo en cuenta todas las circunstancias y, especialmente, su presentación, el uso razonablemente previsible del mismo y el momento de su puesta en circulación.

Productor

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 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.

Red de alerta

Sistema estatal de intercambio rápido de información, en forma de red, integrado en RAPEX, con la finalidad de facilitar una comunicación e intercambio rápido de información de aquellas actuaciones que se adopten en caso de riesgo grave.

Tasa de Descuento

Es la comisión que el comerciante paga al proveedor del Terminal de Punto de Venta (TPV) por cobrar por medio de la tarjeta del comprador. Esta comisión está compuesta por la tasa de intercambio, la comisión de procesamiento y del sistema de pagos y el margen del adquirente.

Tasa de Intercambio

Se trata de la comisión que el proveedor del TPV paga al proveedor de la tarjeta del comprador. En relación a los límites máximos a las tasas de intercambio, hay que tener en cuenta que en tarjetas de débito se 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.

Ventas con obsequio

Aquellas que con finalidad de promover las ventas ofertan, ya sea en forma automática, o bien, mediante la participación en un sorteo o concurso, un premio, cualquiera que sea la naturaleza de éste.

Venta de promoción

Aquellas que, no siendo venta en rebajas, venta de saldos, venta en liquidación, venta con obsequio o prima, se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de dar a conocer un nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

Ventas en rebajas

Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Venta de saldos

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

No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para el comprador, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

Ventas en liquidación

Venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación y otra equivalente, tiene lugar en

ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

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

Si el distribuidor es titular de varios establecimientos comerciales el cese total o parcial de la actividad de comercio deberá ser de todos ellos. El cierre total o parcial de un solo punto de venta no tendrá la consideración de cese total o parcial sino de cambio de local.

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

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

8. ANEXO II. MARCO JURÍDICO APLICABLE

NOTA ACLARATORIA: “El presente Código de Buenas Prácticas no reproduce literalmente la normativa jurídica aplicable al sector de los electrodomésticos y aparatos de uso doméstico, sino que recoge un extracto de la misma, lo que no exime de las obligaciones a que se encuentran sujetos los destinatarios de aquella”.

(Con el fin de facilitar su comprensión se han ordenado por materias. Además se ha simplificado el título de varias normas comunitarias al objeto de mejorar la legibilidad del conjunto de las que afectan a este sector. Si se desea completar la referencia exacta de cada una, puede accederse al sitio web <http://www.boe.es> del BOE introduciendo la identificación numérica de la norma. Es también conveniente acceder a la legislación consolidada de cualquiera de las normas que se quiera consultar, pues muchas han sido modificadas o parcialmente derogadas desde que entraron en vigor).

ÁMBITO EUROPEO

Etiqueta ecológica:

- ▶ Decisión (UE) 2020/1804 de la Comisión de 27 de noviembre de 2020.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2020-81750>
- ▶ Reglamento (CE) 66/2010, de 25 de noviembre de 2009.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2010-80073>

Diseño ecológico:

- ▶ Aparatos de refrigeración: Reglamento (UE) 2019/2019 de la Comisión, de 1 de octubre de 2019.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81879>
- ▶ Pantallas electrónicas: Reglamento (UE) 2019/2021 de la Comisión, de 1 de octubre de 2019.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81881>

- ▶ Lavavajillas doméstico: Reglamento (UE) 2019/2022.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81882>
- ▶ Lavadoras domésticas y lavadoras-secadoras domésticas: Reglamento (UE) 2019/2023 de la Comisión, de 1 de octubre de 2019.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81883>
- ▶ Aparatos de refrigeración en función de venta directa: Reglamento (UE) 2019/2024 de la Comisión, de 1 de octubre de 2019.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81884>
- ▶ Reglamento (UE) 2021/341 de la Comisión, de 23 de febrero de 2021, por el que se modifican los Reglamentos anteriores.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2021-80227>

Etiquetado energético:

- ▶ Aparatos de refrigeración con función de venta directa: Reglamento Delegado (UE) 2019/2018 de la Comisión, de 11 de marzo.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81878>
- ▶ Lavavajillas doméstico: Reglamento Delegado (UE) 2019/2017, de 11 de marzo.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81877>
- ▶ Aparatos de refrigeración domésticos: Reglamento Delegado (UE) 2019/2016, de 11 de marzo.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81876>
- ▶ Lavadoras domésticas y lavadoras-secadoras domésticas: Reglamento Delegado (UE) 2019/2014, de 11 de marzo.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81874>
- ▶ Pantallas electrónicas: Reglamento Delegado (UE) 2019/2013, de 11 de marzo
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2019-81873>
- ▶ Reglamento (UE) 2017/1369 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 4 de julio de 2017.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2017-81472>

Protección de datos:

- ▶ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 (Reglamento general de protección de datos).
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2016-80807>

Comercialización de productos:

- ▶ Reglamento (CE) nº 765/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de julio de 2008.
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2008-81669>

ÁMBITO ESTATAL

- Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.
- Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.
- Real Decreto 187/2016, de 6 de mayo, por el que se regulan las exigencias de seguridad del material eléctrico destinado a ser utilizado en determinados límites de tensión.
- Real Decreto 186/2016, de 6 de mayo, por el que se regula la compatibilidad electromagnética de los equipos eléctricos y electrónicos.
- Real Decreto 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

- Ley 16/2011, de 24 de junio, de Contratos de Crédito al Consumo.
- 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.
- 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. Se recomienda el acceso a esta norma en su versión consolidada, lo que puede hacerse a través de la página web del BOE.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, de seguridad general de los productos.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Ley 28/1998, de 13 de julio, de venta a Plazos de Bienes Muebles.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad.
- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Etiquetado, Presentación y Publicidad de productos industriales de venta directa.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Ley 2/2012, de 12 de junio, de dinamización de la actividad comercial de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el reglamento de protección de los consumidores de Madrid.

- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de residuos de Madrid.
- Decreto núm. 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29-4-1999 (LCM 1999\246), de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el reglamento de la Ley de protección del consumidor de Madrid.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de Madrid.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de protección del consumidor de Madrid.

→ **ÁMBITO LOCAL**

- Ordenanza de Consumo de la ciudad de Madrid (B.O.C.M. 15-04-2011).
- Ordenanza de Limpieza de los Espacios Públicos y Gestión de Residuos (B.O.C.M. 24-04-2009).
- Ordenanza General de Protección del Medio Ambiente Urbano (B.O.C.M. 31-10-1985).

9. ANEXO III. Lista indicativa de productos comprendidos en las categorías de aparatos eléctricos y electrónicos

Aparatos eléctricos y electrónicos

Aparatos que necesitan para funcionar corriente eléctrica o campos electromagnéticos, destinados a ser utilizados con una tensión nominal no superior a 1.000 V en corriente alterna y 1.500 V en corriente continua, y los aparatos necesarios para generar, transmitir y medir tales corrientes y campos.

A tal efecto se diferencian las siguientes categorías de aparatos eléctricos y electrónicos:

1. Grandes electrodomésticos.
2. Pequeños electrodomésticos.
3. Equipos de informática y telecomunicaciones.
4. Aparatos electrónicos de consumo.
5. Aparatos de alumbrado.
6. Herramientas eléctricas o electrónicas (excepto las herramientas industriales fijas permanentemente, de gran envergadura e instaladas por profesionales).
7. Juguetes y equipos deportivos o de tiempo libre.
8. Aparatos médicos (excepto todos los productos implantados e infectados).
9. Instrumentos de vigilancia o control.
10. Máquinas expendedoras.

10. Anexo IV. Protocolo de autocontrol

Requisitos legales aplicables al sector (APARTADO 3 DEL CBP)

SI NO

1. Facilita al consumidor, al menos, identificación empresarial y datos de contacto, características del bien, precio total y gastos adicionales, así como adhesión al ARC y CBP.

2. Hay etiquetado, es legible y, al menos, figura en castellano.

Seguridad y red de alerta (APARTADO 3.2 DEL CBP)

SI NO

3. Conserva la documentación relativa al origen de los productos durante al menos tres años tras agotar existencias.

4. Sabe que debe colaborar con la Administración en caso de detectarse la existencia de un producto inseguro.

Actividades de promoción de ventas (APARTADO 3.3 DEL CBP)

SI NO

ventas en promoción

5. Los electrodomésticos o aparatos de uso doméstico no tienen defecto ni son de peor calidad que los de la venta ordinaria.

6. Se anuncia el electrodoméstico o aparato de uso doméstico en promoción, condiciones de venta y su periodo de vigencia.

ventas en rebajas

7. Sus fechas se exhiben en sitio visible al público.

8. Aparecen juntos el precio anterior y el rebajado.

9. Han estado en oferta habitual durante al menos un mes.

Contratación a distancia (APARTADO 3.4 DEL CBP)	SI	NO
10. Informarán previamente sobre su identidad y domicilio, características del producto, precio completo, gastos adicionales, derecho de desistimiento (14 días naturales) pago y reclamación, siendo accesible el clausulado general antes del pedido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Se confirma esa información y el consentimiento en papel u otro soporte duradero después de la compra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horarios (APARTADO 3.5 DEL CBP)	SI	NO
12. Calendario y horario son visibles tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando el establecimiento está cerrado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garantías y ejercicio de derechos por el consumidor (APARTADO 3.6 DEL CBP)	SI	NO
13. Ante falta de conformidad manifestada en el plazo de 3 años desde la entrega se repara o cambia el bien gratuitamente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. El reembolso por resolución se hace sin demora indebida y en un máximo de catorce días desde la recepción empresarial del bien o desde la prueba de envío por el consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Los datos obligatorios de un electrodoméstico o aparato de uso doméstico con garantía comercial vienen en castellano y en soporte duradero.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente (APARTADO 3.7 DEL CBP)	SI	NO
16. Dispone de hojas de reclamaciones accesibles al público y cartel oficial en lugar visible por el público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Facilita dirección postal, teléfono y e-mail del Servicio de Atención al Cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Venta a plazos y crédito al consumo (APARTADO 3.8 y 3.9 DEL CBP)	SI	NO
18. Si ofrece aplazamiento de pago superior a 3 meses, da contrato escrito sujeto a la Ley 28/1998 (con derecho de desistimiento en 7 días hábiles después de la entrega).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Si intermedia en crédito al consumo facilita la información obligatoria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precios (APARTADO 3.10 DEL CBP)	SI	NO
20. Son visibles y legibles en el interior y en el escaparate.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facturas y facturas simplificadas (APARTADO 3.11 DEL CBP)	SI	NO
21. Se dan siempre y tienen, al menos, identificación social y fiscal, domicilio, teléfono, precio total, tipo o mención al IVA, plazo de entrega y condiciones de cambio y devoluciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publicidad (APARTADO 3.12 DEL CBP)	SI	NO
22. La publicidad realizada es lícita y no induce a error o confusión al consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protección de datos (APARTADO 3.13 DEL CBP)	SI	NO
23. Se aplica el Reglamento 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestión de Residuos (APARTADO 3.14 DEL CBP)	SI	NO
24. Se hace recogida selectiva y separada de los residuos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Facilita la recogida de viejos electrodomésticos si se compran otros nuevos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compromisos de actuación (APARTADO 4 DEL CBP)	SI	NO
26. Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo y lo anuncia en el local y página web.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Contesta a las reclamaciones en un máximo de 15 días.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Revisa periódicamente estado, etiquetado y documentación de electrodomésticos y aparatos de uso doméstico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Presta asesoramiento especializado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE COMERCIO DE ELECTRODOMÉSTICOS Y APARATOS DE USO DOMÉSTICO

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)

