



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

cd

**CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS**

en el sector de droguería, perfumería y cosmética



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 droguería, perfumería y cosmética, sino que recoge un extracto de la misma, 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.....	06
1. Objetivo del código	07
2. Ámbito de aplicación	07
3. Requisitos legales aplicables al sector	08
Requisitos legales relativos a los productos.....	09
3.1. Obligaciones de información en el sector del comercio de droguería, perfumería y cosmética	09
3.1.1. Obligaciones de información genéricas como consecuencia de la puesta a disposición de productos	09
3.1.2. Obligaciones de información específicas en la comercialización de sustancias y mezclas que no sean productos cosméticos.....	09
3.1.3. Obligaciones de fabricación, importación y comercialización de cosméticos.....	10
3.2. Etiquetado y envasado.....	10
3.2.1. Principios generales	11
3.2.2. Sustancias o mezclas clasificadas como peligrosas (excluidos los cosméticos)	11
3.2.2.1 Envasado y Etiquetado	11
3.2.2.2. Indicaciones de peligro, consejos de prudencia y pictogramas equivalentes ..	13
3.2.2.3. Publicidad.....	13
3.2.3. Sustancias y mezclas con normativa específica.....	14
3.2.3.1. Detergentes	14
3.2.3.2. Lejías	14
3.2.3.3. Pinturas y Barnices	16
3.2.3.4. Aerosoles.....	16
3.2.3.5. Fitosanitarios	17
3.2.3.6. Biocidas.....	18
3.2.4. Cosméticos	18
3.3. Etiqueta ecológica comunitaria	22
3.3.1. Papel Tisú.....	23
3.3.2. Pinturas y Barnices	24

3.3.3. Detergentes	25
3.3.3.1. Detergentes para la ropa.....	25
3.3.3.2. Detergentes para lavavajillas.....	26
3.3.4. Productos de limpieza de uso general y productos de limpieza de cocinas y baños	26
3.3.5. Jabones, champús y acondicionadores de cabello.....	27
Requisitos legales relativos al ejercicio de la actividad.....	27
3.4. Seguridad y red de alerta	27
3.5. Actividades de promoción de ventas	29
3.5.1. Ventas en promoción.....	29
3.5.2. Ventas con obsequio.....	30
3.5.3. Ventas en rebajas	30
3.5.4. Ventas de saldos	31
3.5.5. Ventas en liquidación	31
3.6. Contratación a distancia	32
3.6.1. Información previa al contrato.....	32
3.6.2. Contrato	33
3.6.3. Derecho de desistimiento.....	34
3.7. Garantías y ejercicio de derechos por el consumidor	35
3.7.1. Garantía legal	35
3.7.2. Responsabilidad civil por productos defectuosos.....	38
3.8. Horarios	38
3.9. Precios.....	38
3.10. Facturas.....	39
3.11. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente	40
3.12. Protección de datos	41
3.13. Gestión de Residuos	42
4. Compromisos de actuación.....	44
4.1. En materia de consumo	44
4.2. Prestación del servicio	46
4.3. Instalaciones y personal.....	47
4.4. Consumo sostenible y compromiso social	48
5. Seguimiento en la aplicación del código	48
6. Revisión y vigencia del código	49
7. Anexo I. Definiciones.....	50
8. Anexo II. Marco jurídico aplicable	57
9. Anexo III. Protocolo de autocontrol.....	63
10. Anexo IV. Indicaciones de peligro, consejos de prudencia y pictogramas	66

Introducción

El presente “Código de Buenas Prácticas en el Sector del Comercio de Droguería, Perfumería y Cosmética” constituye la segunda actualización del editado por el Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid en el año 2007, elaborado en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 20 de mayo de 2005, firmado con la **Asociación de Perfumistas y Drogueros de la Comunidad** de Madrid y aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Cuenta con el consenso de las principales Asociaciones de Consumidores del municipio de Madrid.

Dicho Código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector del Comercio de Droguería, Perfumería y Cosmética** 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 productos del sector de la droguería, perfumería y cosmética, 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 Droguería, Perfumería y Cosmética 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, 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 droguería, perfumería y cosmética 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 el servicio que prestan y una mayor calidad en los productos vendidos.

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 será de aplicación a los empresarios del sector del comercio de productos de droguería, perfumería y cosmética que comercialicen, como minoristas, tales productos mediante sucursales ubicadas en el municipio de Madrid o que tengan en él su domicilio social. Estos empresarios pueden pertenecer a la Asociación de Perfumistas y Drogueros de la Comunidad Autónoma de Madrid o no, pero la aplicación del código requiere, en todo caso, su voluntad de adhesión al mismo por parte de cada empresario interesado.

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

En los establecimientos minoristas de droguería, perfumería y cosmética se comercializan productos que son, en gran medida, peligrosos y potencialmente peligrosos para la salud o el medio ambiente. Así mismo, en tales establecimientos resulta más frecuente la venta de mezclas que la de simples sustancias o artículos. Por todo ello, la legislación aplicable - Reglamento (CE) nº 1907/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, relativo al Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de sustancias y preparados químicos (REACH) - contempla obligaciones de registro en la Agencia Europea de Sustancias y Productos Químicos, de autorización y posibilidades de restricción en su comercialización.

No obstante lo anterior, ha de tenerse en cuenta la obligación de facilitar la información en la puesta a disposición de los productos. Dicha obligación varía en función del producto ofertado. Así, por una parte, se recogen las obligaciones genéricas aplicables a cualquier producto que se ponga a disposición del público y, por otra, aquellas obligaciones de información aplicables a sustancias y mezclas que no sean cosméticos.

La información que deben incorporar los productos del sector del comercio de droguería, perfumería y cosmética llega al consumidor a través del etiquetado y envasado de los productos. Por ello, en el presente código de buenas prácticas se incluyen, asimismo, las condiciones de envasado y etiquetado que establece la normativa de aplicación a los citados productos y que constituye un requisito imprescindible para su comercialización.

Finalmente, se recoge toda la información referente al etiquetado ecológico comunitario para los productos ofertados al público en los establecimientos de venta de productos de droguería, perfumería y cosmética, cuyo objetivo es promover productos capaces de reducir los efectos ambientales adversos, proporcionando a los consumidores información exacta y con base científica suficiente sobre los mismos.

Requisitos legales relativos a los productos

3.1. Obligaciones de información en el sector del comercio de droguería, perfumería y cosmética

3.1.1. Obligaciones de información genéricas como consecuencia de la puesta a disposición de productos

La obligación de informar será exigible a los sujetos responsables de la producción, comercialización, distribución y venta de productos, bienes y servicios, salvo las excepciones legalmente establecidas.

Los productos, bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores deben incorporar información objetiva, cierta y suficiente sobre sus características esenciales.

La información debe orientarse, prioritariamente, al conocimiento de los requisitos que resulten legalmente exigibles a los productos, de manera que los consumidores puedan asegurarse del origen, identidad, materiales o materias primas de los mismos y realizar su elección basándose en criterios de racionalidad, seguridad, conservación y protección del medio ambiente.

Dicha información debe figurar, al menos, en castellano.

3.1.2. Obligaciones de información específicas en la comercialización de sustancias y mezclas que no sean productos cosméticos

Si el minorista vende sustancias o preparados peligrosos no hace falta que facilite una **FICHA DE DATOS DE SEGURIDAD (FDS)**, en el caso de que estos vayan acompañados de información suficiente para que el usuario tome medidas necesarias en relación a la protección de la salud humana, la seguridad o el medio ambiente. Tan solo debería proporcionar la FDS si al producto no le acompaña una información suficiente o si se le pide, fuera de su condición de detallista, un usuario intermedio o un distribuidor.

En caso contrario, esto es, **en caso de que las sustancias y/o mezclas peligrosas que se ofrezcan o vendan al público en general no vayan acompañadas de información suficiente para que el usuario pueda tomar las medidas necesarias en relación con la protección de la salud humana, la seguridad y el medio ambiente, la principal obligación de información exigible al vendedor consiste en proporcionar esa ficha** con los datos y circunstancias previstos en los artículos 31 y siguientes del Reglamento REACH.

3.1.3. Obligaciones de fabricación, importación y comercialización de cosméticos

No se exigirá declaración responsable a los vendedores de productos cosméticos que ya existan en el mercado de la Unión Europea, que realicen la traducción del etiquetado o lo modifiquen para consignarse como persona responsable en dicho etiquetado. Tampoco será exigible declaración responsable a los establecimientos que fraccionen para su venta al público productos cosméticos a granel destinados por su fabricante a dicho fraccionamiento, tales como colonias y jabones sólidos.

Teniendo en cuenta que sólo se introducirán en el mercado los cosméticos para los que se designe una persona física o jurídica como «persona responsable» en la Unión Europea, el distribuidor será la persona responsable si introduce un producto cosmético en el mercado con su nombre o marca comercial o si modifica un producto ya introducido en el mercado de manera que el cumplimiento de los requisitos aplicables pueda verse afectado. Por esta razón resulta necesario remitir al vendedor que sea responsable del cosmético para que garantice el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Reglamento (CE) 1223/2009 para cada cosmético.

El vendedor de productos de cuidado personal, para los que se prevé una regulación específica que aún no se ha producido, que realice algunas de las actividades citadas anteriormente deberá atenerse entretanto al cumplimiento de los artículos 4, 12, 13, 15, 16 y capítulo VII del Real Decreto 1599/1997, de 17 de octubre, este último en la medida en que la actividad de fabricación e importación de estos productos sea compatible con el régimen de declaración responsable al que está sujeta.

3.2. Etiquetado y envasado

A continuación se recogen las principales obligaciones de envasado y etiquetado. En función de su ámbito de aplicación se estructuran en cuatro grupos:

- Principios generales aplicables a cualquier tipo de productos, excluidos los cosméticos o aquellos que tengan normativa específica reguladora de su etiquetado y envasado.
- Sustancias y mezclas clasificadas como peligrosas, excluidos los cosméticos.
- Sustancias y mezclas con normativa específica: detergentes, lejías, etc., a los que se aplican, además, las obligaciones contenidas en los apartados 3.2.3.1 y 3.2.3.2, que se detallan a continuación.
- Cosméticos a los que le son de aplicación únicamente las obligaciones descritas en dicho apartado.

3.2.1. Principios generales

Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos específicos previstos para cada categoría, con carácter general los productos puestos a disposición de los consumidores deberán respetar ciertos principios generales de etiquetado, presentación y publicidad. Por ejemplo, han de incorporar una información veraz y suficiente sobre sus características esenciales; sin que, por acción o por omisión, se induzca a error, engaño o confusión - especialmente en relación a su naturaleza - indicando su calidad si existen normas específicas al respecto; y, muy especialmente, advirtiendo del peligro que su uso pueda suponer.

3.2.2. Sustancias o mezclas clasificadas como peligrosas (excluidos los cosméticos)

3.2.2.1. Envasado y Etiquetado

En relación al **envasado**:

CUADRO I. CONDICIONES DE LOS ENVASES QUE CONTENGAN UNA MEZCLA PELIGROSA

Todo envase que contenga sustancias o mezclas peligrosas deberá cumplir las siguientes condiciones:

Estar concebido y realizado de modo que se evite la pérdida del contenido, excepto cuando estén prescritos otros dispositivos de seguridad más específicos.

Los materiales con los que estén fabricados los envases y los cierres no deberán ser susceptibles al daño provocado por el contenido ni formar, con este último, combinaciones peligrosas.

Los envases y los cierres habrán de ser fuertes y sólidos en todas sus partes con el fin de impedir holguras y responder de manera segura a las exigencias normales de manipulación.

Los envases con sistema de cierre reutilizable habrán de estar diseñados de forma que puedan cerrarse repetidamente sin pérdida de su contenido.

No tendrán una forma ni un diseño que atraiga o suscite la curiosidad de los niños, ni que induzca a engaño a los consumidores, como tampoco una presentación o un diseño similares a los utilizados para alimentos, piensos, medicamentos o productos cosméticos que puedan inducir a engaño a los consumidores.

Los envases que contengan una sustancia o mezcla tóxica o corrosiva irán provistos de un cierre de seguridad para niños.

Los envases que contengan sustancias o mezclas tóxicas, corrosivas cutáneas, mutagénicas, carcinógenas o que causen peligro por aspiración irán provistos de una advertencia de peligro táctil.

En relación al **etiquetado**:

CUADRO II.- CONTENIDO DE LA ETIQUETA DE UNA MEZCLA O SUSTANCIA PELIGROSA

La etiqueta del envase de una sustancia o mezcla clasificada como peligrosa debe contener, al menos en castellano, los siguientes elementos:

El nombre, la dirección y el número de teléfono del responsable de la comercialización establecido en el mercado interior, sea el fabricante, el importador o el distribuidor.

La cantidad nominal de la sustancia o mezcla contenida en el envase a disposición del público en general, salvo que esta cantidad ya esté especificada en otro lugar del envase.

Los identificadores del producto (el nombre de la sustancia o nombre comercial de la mezcla).

Cuando proceda, los pictogramas de peligro.

Cuando proceda, las palabras de advertencia.

Cuando proceda, las indicaciones de peligro.

Cuando proceda, los consejos de prudencia apropiados.

Cuando proceda, una sección de información suplementaria.

3.2.2.2. Indicaciones de peligro, consejos de prudencia y pictogramas equivalentes

Hay que tener en cuenta que, una parte fundamental del etiquetado son las indicaciones de peligro, consejos de prudencia y pictogramas (véase Anexo IV de este Código).

3.2.2.3. Publicidad

En toda publicidad de una sustancia clasificada como peligrosa se mencionarán las clases o categorías del peligro en cuestión.

En toda publicidad de una mezcla clasificada como peligrosa que permita que un particular compre sin haber visto previamente la etiqueta, deben indicarse las categorías de peligros que figuran en la etiqueta.

3.2.3. Sustancias y mezclas con normativa específica

3.2.3.1. Detergentes

Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos de etiquetado a que puedan estar sujetos las mezclas o los preparados peligrosos, en los envases en los que se presenten los detergentes para su venta al consumidor figurarán, al menos en castellano, de forma clara, visible, indeleble y fácilmente legible, las indicaciones previstas en el artículo 11.2 del Reglamento CE 648/2004, entre las que destacan: denominación común y comercial del producto, razón social del responsable de su comercialización (con dirección y nº de teléfono), el contenido de componentes, las instrucciones de uso y las precauciones especiales, así como el código de envasado. Aparte de estos datos, los envases de los detergentes para ropa y de los detergentes para lavavajillas automáticos destinados a los consumidores deberán incluir la información exigida en la sección B del anexo VII del Reglamento CE 648/2004.

3.2.3.2. Lejías

Los envases de lejías deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Los materiales que constituyen los envases y sus cierres no serán susceptibles de ser atacados por el contenido ni de formar con este contenido combinaciones peligrosas.
- b) Los envases y sus cierres estarán diseñados y fabricados de manera tal que sean estancos y serán fuertes y sólidos, con el fin de que no se abran y resistan con seguridad los esfuerzos de las operaciones normales de manipulación, debiendo satisfacer los requisitos de resistencia.
- c) No se utilizará en los envases y/o etiquetas diseños que puedan atraer o suscitar la curiosidad infantil.
- d) Los envases de lejía dispondrán de un cierre de características o diseños tales que resistan con seguridad las operaciones normales de manipulación y que, una vez abiertos, puedan ser nuevamente cerrados sin perder su carácter estanco.

La información del etiquetado de los envases, que ha de aparecer al menos en castellano, constará obligatoriamente de las siguientes especificaciones y frases:

- a) Denominación de “lejía”, “lejía concentrada”, seguida de la indicación de “apta para la desinfección de agua de bebida” o “no apta para la desinfección de agua de bebida”, según corresponda. En el caso de que lleve incorporado algún perfume, se indicará la mención “perfumada” con los caracteres en el tamaño mínimo exigidos en el apartado 10 del artículo 10 del RD 3360/1983 para la denominación del tipo de lejía.
- b) Nombre o razón social o denominación del fabricante, envasador o vendedor, establecidos en la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio.
- c) La denominación «hipoclorito de..., solución de... gramos de cloro activo por litro», debiendo señalar el metal alcalino de que se trate y el contenido de cloro activo a la salida de fábrica.
- d) Instrucciones de uso adecuado para el consumidor. En las lejías clasificadas como “aptas para la desinfección de agua de bebida” se deberá indicar claramente la cantidad necesaria para su uso correcto.
- e) Manténgase fuera del alcance de los niños.
- f) No mezclar con otros productos, pueden desprender gases peligrosos (cloro).
- g) En caso de contacto con los ojos y con la piel, lávense inmediata y abundantemente con agua.
- h) Todos los preparados que contengan cloro activo en concentración >1% deberán llevar la siguiente indicación: “¡Atención! No utilizar junto con otros productos, puede desprender gases peligrosos (cloro)”.
- i) Todas las lejías contendrán en su etiquetado: “En caso de accidente o peligro para la salud, acuda a su médico o consulte al Instituto Nacional de Toxicología.” Deberá indicarse a continuación el teléfono del Instituto Nacional de Toxicología y Ciencias Forenses.

En el etiquetado de las lejías expresamente se prohíbe:

- a) Cualquier mención que induzca al consumidor a realizar un trasvase de la lejía a un envase diferente del de origen.
- b) Que los envases lleven grabado en relieve sobre su superficie alguno de los textos o símbolos de inserción obligatoria.

3.2.3.3. Pinturas y Barnices

Independientemente de los datos generales que deben figurar en el etiquetado de estos productos, en las etiquetas de los envases de pinturas y barnices cuyo contenido total de plomo determinado, según la norma ISO 6503-1984, sea superior al 0,15% (expresado en peso de metal) del peso total de la mezcla o preparado, deberán figurar las indicaciones siguientes:

- “Contiene plomo. No utilizar en objetos que los niños puedan masticar o chupar.”
- En los envases cuyo contenido sea inferior a 125 ml, la indicación podrá ser como sigue: “¡Atención! Contiene plomo.”

3.2.3.4. Aerosoles

Los generadores de aerosoles, o la etiqueta que lleven cuando el tamaño reducido de su envase no permita llevar consignadas indicaciones (envases con capacidad igual o inferior a 150 ml), deberán llevar de manera visible, legible e indeleble las indicaciones siguientes:

- a) El nombre y la dirección o la marca registrada del responsable de la comercialización del generador de aerosol.
- b) El símbolo de conformidad con el Real Decreto 1381/2009, de 28 de agosto, es decir, el signo “ε” (épsilon).
- c) Indicaciones cifradas que permitan identificar el lote de producción.
- d) El contenido en volumen.

El etiquetado de los generadores de aerosoles comercializados en España estará redactado, al menos, en castellano, sin perjuicio de la coexistencia de indicaciones en otros idiomas.

El etiquetado de los aerosoles puede tener particularidades que aparecen en los artículos 6 y 7 del RD 138/2009, entre los que destacan las referidas a la presencia de componentes inflamables, debiendo incluirse en este caso, conforme al Reglamento 1272/2008 (CLP):



Palabra de advertencia: peligro o atención.

Indicación de peligro:

H222 Aerosol. Extremadamente Inflamable.

H223 Aerosol Inflamable.

Consejos de prudencia:

P251: Recipiente a presión: no perforar ni quemar aun después del uso.

P410 + P412: Proteger de la luz del sol. No exponer a temperaturas superiores a 50 °C/122 °F.

P211: No pulverizar sobre una llama abierta u otra fuente de ignición.

P210: Mantener alejado de fuentes de calor, chispas, llama abierta o superficies calientes - No fumar.

P102: Mantener fuera del alcance de los niños.

3.2.3.5. Fitosanitarios

Además de cumplir con los datos generales del etiquetado de los productos peligrosos, el etiquetado de los fitosanitarios será conforme a los requisitos establecidos en el Anexo I del Reglamento (UE) nº 547/2011 de la Comisión de 8 de junio de 2011. Contendrá, cuando proceda, las frases normalizadas sobre riesgos especiales para la salud humana o animal o el medio ambiente establecidas en el Anexo II del Reglamento y las frases normalizadas sobre precauciones de seguridad para la protección de la salud humana o animal o el medio ambiente de su Anexo III.

Destacan, entre otras, las indicaciones referidas a primeros auxilios, la naturaleza de todos los riesgos especiales para la salud humana o animal o el medio ambiente, las precauciones de seguridad que hayan de adoptarse e intervalos de seguridad que sean necesarios, indicaciones sobre la posible fitotoxicidad, la sensibilidad varietal y cualquier otro efecto secundario y la frase “léanse las instrucciones adjuntas antes de utilizar el producto” en caso de que se adjunte un prospecto. Es importante destacar que las etiquetas no podrán incluir indicaciones como “no tóxico”, “inocuo” y otras similares, siendo imprescindible que se indique (EUH401) “A fin de evitar riesgos para las personas y el medio ambiente siga las instrucciones de uso”.

3.2.3.6. Biocidas

Tendrán que cumplir con los datos generales del etiquetado de los productos peligrosos y también con lo previsto por el artículo 19 del RD 1054/2002, en el que destacan los usos autorizados, las instrucciones de uso y eliminación del producto (incluido su envase), junto a las indicaciones referidas a intervalos sucesivos en la aplicación y los tipos específicos de peligro. Ni las etiquetas ni la publicidad deberán inducir a error ni dar una imagen exagerada del producto, y tampoco mencionarán, en ningún caso, las indicaciones “biocida de bajo riesgo”, “no tóxico”, “inofensivo”, ni advertencias similares.

Toda publicidad de un biocida irá acompañada de las frases «Utilice los biocidas de forma segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo». Estas frases destacarán claramente dentro del conjunto de la publicidad, y la palabra «biocida» podrá ser sustituida por la descripción exacta del tipo de producto que se anuncia; por ejemplo, protectores de la madera, desinfectantes, biocidas de superficie, productos antiincrustantes, etc.

3.2.4. Cosméticos

- Los productos cosméticos únicamente se comercializarán si en el recipiente y en el embalaje figuran, con caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles las siguientes menciones:

- Nombre o razón social y dirección de la persona responsable. Estas menciones podrán abreviarse siempre y cuando su abreviatura permita identificar a esa persona y dirección. Se especificará el país de origen para productos cosméticos importados.
- Contenido nominal, indicado en peso o en volumen, salvo envases de menos de 5 g o 5 ml., muestras gratuitas y monodosis. En productos preenvasados, que se comercializan habitualmente por conjuntos de unidades y para los que no es significativa la indicación del peso o del volumen, no será necesario indicar el contenido, siempre que se mencione en el embalaje el número de unidades. Esta mención no será necesaria cuando sea fácil determinar desde el exterior el número de unidades o si el producto sólo se comercializa normalmente por unidades sueltas.
- Fecha hasta la cual el producto cosmético, almacenado en condiciones adecuadas, seguirá cumpliendo su función inicial (“fecha de duración mínima”).



La fecha o la indicación del lugar del embalaje en el que aparece irá precedida del símbolo que figura en el punto 3 del anexo VII del Reglamento (CE) 1223/2009 (reloj de arena reproducido a la izquierda) o de la expresión: «utilícese preferentemente antes del final de ...».

La fecha de duración mínima se expresará con claridad y estará compuesta, bien por el mes y el año, bien por el día, el mes y el año, en ese orden. En caso de necesidad, estas menciones se completarán con la indicación de las condiciones cuyo cumplimiento permite garantizar la duración indicada.



Para los productos cosméticos cuya vida mínima exceda de 30 meses, la indicación de la fecha de duración mínima no será obligatoria, debiéndose indicar, no obstante, el plazo después de su apertura durante el cual deben utilizarse sin ningún riesgo para el consumidor. Salvo cuando el concepto de duración tras la apertura no sea pertinente, esta información se indicará mediante el símbolo que se indica, seguido del plazo en meses o años.

- Las precauciones particulares de empleo y, al menos, las indicadas en los Anexos III a VI del Reglamento y las eventuales indicaciones relativas a las precauciones particulares que deban observarse con los productos cosméticos de uso profesional.
- Número de lote de fabricación o la referencia que permita la identificación del producto cosmético. Cuando esto no fuera posible en la práctica, debido a las reducidas dimensiones de los productos cosméticos, esta mención sólo deberá figurar en el embalaje.
- Función del producto, salvo si se desprende de su presentación.
- Lista de ingredientes. Esta información podrá indicarse únicamente en el embalaje; la lista irá precedida del término «ingredients». Se hará por orden decreciente de importancia ponderal en el momento de su incorporación. Los ingredientes de concentración inferior al 1 % podrán mencionarse sin orden después de los que tengan una concentración superior al 1 %.



Todos los ingredientes presentes en forma de nanomateriales deberán estar claramente indicados en la lista de ingredientes. Los nombres de dichos ingredientes deberán ir seguidos del término «nano» entre paréntesis.

Los ingredientes en concentración inferior al 1% podrán mencionarse a continuación de los anteriores y sin orden. Los compuestos perfumantes y aromáticos, así como sus materias primas, se mencionarán con la palabra “perfume” o “parfum” y “aroma”, respectivamente. Los colorantes distintos de los destinados a teñir el pelo podrán mencionarse sin orden después de los demás ingredientes cosméticos. En los cosméticos decorativos comercializados con diferentes matices de colores podrá mencionarse el conjunto de los colorantes utilizados en la gama, siempre que se añadan las palabras “puede contener” o el Símbolo “+/-”.

- Cuando sea imposible por razones prácticas indicar en una etiqueta la información contemplada en las letras d) y g), se aplicará lo siguiente:

- a) esta información se indicará en un prospecto, una etiqueta, una banda, un marbete o una tarjeta adjuntos o unidos;
- b) esta información se aportará, a menos que sea imposible en la práctica, mediante una indicación abreviada o mediante el símbolo que a continuación se expone, debiendo figurar en el recipiente o el embalaje, si se trata de la información referida en el apartado letra d), o en el embalaje, si se trata de la contemplada en la letra g).

Símbolo de remisión al consumidor
a la lista de ingredientes



- El jabón, las perlas de baño y, en general los pequeños productos de imposible etiquetado o soporte adjunto, contendrán la información en un rótulo próximo al lugar de venta.
- El contenido nominal, la fecha de duración mínima, las precauciones de uso y las funciones del producto deberán figurar en español.

- Los responsables de los productos cosméticos que se presenten sin envase previo, que se envasen en el lugar de venta a petición del comprador o que se envasen previamente para su venta inmediata dispondrán de etiquetas o prospectos que contengan las menciones obligatorias antes citadas. Estas etiquetas o prospectos se adherirán a los envases de los productos cosméticos o acompañarán a los mismos en el momento de su entrega al consumidor; debiendo figurar en español los datos obligatorios expresados en el párrafo anterior.
- Sin perjuicio de la protección sobre el secreto comercial y la propiedad intelectual, la persona responsable velará por que se hagan fácilmente accesibles al público, por los medios adecuados, la composición cualitativa y cuantitativa del producto cosmético (limitada esta última a las sustancias peligrosas, con arreglo al artículo 3 del Reglamento (CE) no 1272/2008) y, en el caso de compuestos perfumantes y aromáticos, el nombre, el número de código del compuesto y la identidad del proveedor, así como los datos existentes sobre efectos no deseados, graves o no, derivados de la utilización del producto cosmético.
- Cuando un producto cosmético comercializado en España o cuyo expediente de información se custodie en España presente un riesgo para la salud humana, la persona responsable o el distribuidor, según proceda, informará inmediatamente de ello a la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) y dará detalles, en particular, sobre la no conformidad y las medidas correctoras adoptadas, en aplicación de las obligaciones de actuación, cooperación e información previstas para la persona responsable o el distribuidor.
- La publicidad de los productos cosméticos deberá cumplir las siguientes condiciones:
 - a) En el etiquetado, en la comercialización y en la publicidad no se utilizarán textos, denominaciones, marcas, imágenes o cualquier otro símbolo, figurativo o no, con el fin de atribuir a estos productos características o funciones de las que carecen.
 - b) Solo podrá mencionarse que el cosmético no se ha experimentado en animales cuando ni el fabricante ni sus proveedores han realizado o encargado experimentos en animales en relación al producto cosmético acabado, a su prototipo o alguno de los ingredientes que lo componen. Tampoco podrá mencionarse esta falta de experimentación si han utilizado algún ingrediente que haya sido experimentado por terceros en animales con el fin de desarrollar nuevos productos cosméticos.

- c) Es una infracción grave comercializar productos cosméticos que induzcan a confusión con alimentos, medicamentos, productos sanitarios, biocidas u otros productos, o bien que hagan referencia al tratamiento de patologías.
- d) La presentación de un producto cosmético y, en particular, su forma, olor, color, apariencia, embalaje, etiquetado, volumen o tamaño no deben poner en peligro la salud y la seguridad de los consumidores debido a una confusión con productos alimenticio.

3.3. Etiqueta ecológica comunitaria

- Los fabricantes, importadores, comerciantes y detallistas podrán solicitar la concesión de la etiqueta ecológica de aquellos productos para los cuales se hayan establecido criterios para su concesión.
- En relación con los productos que sean originarios de la Comunidad de Madrid o se hayan puesto en el mercado por primera vez dentro de este territorio con su propio nombre, la solicitud se presentará ante la Dirección General de Sostenibilidad y Cambio Climático, dependiente de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio y Sostenibilidad de la Comunidad de Madrid.
- La etiqueta ecológica únicamente podrá utilizarse y hacer referencia a ella una vez sea concedida y solamente en relación con el producto específico para el que se haya concedido.
- Se prohíbe la publicidad falsa o engañosa, así como la utilización de cualquier etiqueta o logotipo que pueda confundirse con la etiqueta ecológica comunitaria.

Descripción de la etiqueta ecológica

La etiqueta ecológica de la UE revestirá la forma siguiente:

- Etiqueta con el logotipo:



- La información se presentará en forma de descripción sucinta. Hay una etiqueta opcional con cuadro de texto (la posibilidad de utilización por el operador de este cuadro y el texto en él incluido se indicarán en los criterios aplicables a la categoría de productos pertinente):



El número de registro de la etiqueta ecológica de la UE también aparecerá en el producto. Adoptará la forma siguiente:

EU Ecolabel: xxxx/yy/zzzz

«xxxx» hace referencia al país de registro, «yy» a la categoría de productos, y «zzzz» al número asignado por el organismo competente.

A continuación se incluyen las características particulares para distintos productos que pueden comercializarse en los establecimientos del sector de la droguería, perfumería y cosmética y que cuentan con etiqueta ecológica.

3.3.1. Papel Tisú

Deberá reunir los criterios ecológicos contemplados en el Anexo II de la Decisión (UE) 2019/70 de la Comisión, de 11 de enero de 2019, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria al papel tisú. Entre tales requisitos se incluyen, a título de ejemplo, los vertidos al agua y emisiones a la atmósfera; el consumo de energía; las fibras y la conservación de los recursos, la gestión forestal sostenible; las sustancias y mezclas peligrosas restringidas.

Si se usa la etiqueta opcional con cuadro de texto, deberán figurar las tres declaraciones siguientes:

- a) Proceso de fabricación con bajas emisiones a la atmósfera y al agua.
- b) Proceso de fabricación con un consumo bajo de energía.
- c) XX % de fibras de origen sostenible/XX % de fibras recicladas (según sea el caso).

3.3.2. Pinturas y Barnices

- Deberán reunir los criterios ecológicos contemplados en la Decisión de la Comisión, de 28 de mayo de 2014, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria a las pinturas y barnices de interior y exterior.
- Los criterios de la etiqueta ecológica garantizan que se trata de los productos con el mejor comportamiento medioambiental existente en el mercado de las pinturas y barnices.
- La pintura debe tener una calidad y un rendimiento elevados para garantizar la longevidad del producto y contribuir así a reducir considerablemente los efectos globales del ciclo de vida de las pinturas. Además, los criterios pretenden minimizar el uso de sustancias orgánicas volátiles y semivolátiles en la fórmula de las pinturas.
- Si bien el uso de productos químicos y la liberación de contaminantes forman parte del proceso de producción, un producto que lleve la etiqueta ecológica de la UE garantiza al consumidor que el uso de dichas sustancias se ha limitado en la medida de lo técnicamente posible sin perjuicio de su aptitud para el uso. Además, el producto final de pintura o barniz no puede clasificarse como una toxina grave o peligrosa para el medio ambiente en virtud de la legislación europea en materia de etiquetado de productos.

Téngase en cuenta que los criterios ecológicos establecidos en la Decisión de 28 de mayo de 2014 serán válidos hasta el 31 de diciembre de 2022. En relación a la información que deberá figurar en la etiqueta ecológica optativa, habrá de tenerse en cuenta que en el recuadro figurará el texto siguiente, cuando sea pertinente:

- Contenido minimizado de sustancias peligrosas.
- Contenido reducido de compuestos orgánicos volátiles (COV): x g/l
- Buen rendimiento de uso en interior (si se han cumplido los criterios de interior), o
- Buen rendimiento de uso en exterior (si se han cumplido los criterios de exterior), o
- Buen rendimiento para uso en interior y exterior (cuando se hayan cumplido los criterios de interior y exterior).

Las directrices para el uso de la etiqueta optativa con el recuadro de texto pueden consultarse en el documento «Guidelines for use of the Ecolabel logo» (Directrices para el uso del logotipo de la etiqueta ecológica) en la página web:

https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/logo_guidelines.pdf

3.3.3. Detergentes

3.3.3.1. Detergentes para la ropa

Deberán reunir los criterios ecológicos contemplados en la Decisión (UE) 2017/1218 de la Comisión, de 23 de junio de 2017, por la que se establecen los criterios de la etiqueta ecológica de la UE aplicables a los detergentes para ropa. A título de ejemplo, algunos criterios son: instrucciones de dosificación, toxicidad para los organismos acuáticos, biodegradabilidad, fuentes sostenibles de aceite de palma, aceite de palmiste y sus derivados, sustancias excluidas y restringidas, envase, idoneidad para el uso, información para el usuario e información que figura en la etiqueta ecológica de la UE.

El producto irá acompañado de unas instrucciones de uso adecuadas, con el propósito de maximizar sus resultados, minimizar la generación de residuos y reducir tanto la contaminación del agua como el uso de recursos. Esas instrucciones serán legibles o incluirán representaciones gráficas o iconos y contendrán información sobre lo siguiente:

- Instrucciones de dosificación
- Información sobre la eliminación del envase
- Información medioambiental

La regulación de la información en la etiqueta ecológica de la UE prevé que el logotipo sea visible y legible y que el número de registro/licencia de la etiqueta ecológica de la UE figure en el producto, siendo legible y claramente visible. Se podrá optar por incluir un recuadro de texto opcional en la etiqueta que incluya el texto siguiente:

- impacto limitado en el medio ambiente acuático,
- cantidad restringida de sustancias peligrosas,
- sometido a pruebas para comprobar la eficacia del lavado a 30 °C*.

(* Este asterisco se refiere a las condiciones de ensayo a que se sometió el producto y se definen en el Criterio 9 del Anexo de la Decisión (UE) 2017/1218 de la Comisión, de 23 de junio de 2017.

3.3.3.2. Detergentes para lavavajillas

Deberán cumplir los criterios ecológicos contemplados en la Decisión (UE) 2017/1216 de la Comisión, de 23 de junio de 2017, por la que se establecen criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria a los detergentes para lavavajillas.

El producto irá acompañado de unas instrucciones de uso adecuadas, con el propósito de maximizar sus resultados, minimizar la generación de residuos y reducir tanto la contaminación del agua como el uso de recursos. Esas instrucciones serán legibles o incluirán representaciones gráficas o iconos, y contendrán información sobre lo siguiente: instrucciones de dosificación, información sobre la eliminación del envase y medioambiental.

En relación a este etiquetado ecológico hay que precisar que el logotipo debe ser visible y legible y que el número de registro/licencia de la etiqueta ecológica figurará en el producto, siendo legible y claramente visible, pudiéndose optar por incluir un recuadro de texto opcional en la etiqueta que incluya lo siguiente:

- impacto limitado en el medio ambiente acuático
- cantidad restringida de sustancias peligrosas
- sometido a ensayos para comprobar la efectividad de la limpieza.

3.3.4. Productos de limpieza de uso general y productos de limpieza de cocinas y baños

Deberán cumplir los criterios ecológicos contemplados en la Decisión (UE) 2017/1217 de la Comisión, de 23 de junio de 2017, por la que se establecen los criterios para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a productos de limpieza de superficies duras.

La información regulada precisa que el producto irá acompañado de instrucciones para su correcta utilización (a fin de maximizar sus resultados y minimizar los residuos generados, así como reducir la contaminación del agua y el uso de recursos) y que esas instrucciones serán legibles o incluirán iconos o una representación gráfica, así como información sobre: instrucciones de dosificación, sobre eliminación del envase y medioambiental.

El logotipo de la etiqueta ecológica será visible y legible, debiendo figurar el número de registro/licencia de la etiqueta ecológica UE en el producto, siendo legible y claramente visible, pudiendo incluir opcionalmente un cuadro de texto en la etiqueta con el siguiente texto:

- impacto limitado en el medio ambiente acuático,
- cantidad restringida de sustancias peligrosas,
- resultados de limpieza probados.

3.3.5. Jabones, champús y acondicionadores de cabello

Deberán reunir los criterios ecológicos contemplados en la Decisión de la Comisión, de 9 de diciembre de 2014, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica europea a los productos cosméticos que precisan de aclarado.

En la etiqueta opcional con cuadro de texto figurará el texto siguiente:

- Repercusión reducida en los ecosistemas acuáticos.
- Cumple requisitos estrictos de biodegradabilidad.
- Reduce los residuos de envases.

Las instrucciones relativas al uso de la etiqueta opcional con cuadro de texto pueden encontrarse en las «Directrices relativas al uso del logotipo de la etiqueta ecológica» en el sitio web:

https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/logo_guidelines.pdf

Requisitos legales relativos al ejercicio de la actividad

3.4. Seguridad y red de alerta

El Ministerio de Sanidad ha establecido un sistema de información sanitaria y tóxico-vigilancia con el fin de obtener la información necesaria para adoptar las medidas sanitarias precisas para la prevención y tratamiento de intoxicaciones o accidentes e identificar los riesgos para la salud humana derivados de la exposición a las mezclas o preparados peligrosos y poder suministrar e intercambiar a las Comunidades Autónomas las informaciones disponibles a este respecto.

Con esta finalidad existe la Red Nacional de Vigilancia, Inspección y Control y el Sistema de Intercambio Rápido de Información sobre productos químicos (SIRIPQ), establecida por la Dirección General de Salud Pública y las Consejerías de Sanidad de las Comunidades Autónomas, las cuales aplicarán cuando proceda, en el ejercicio de sus funciones, las medidas y procedimientos establecidos en el RD 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos.

A diferencia de los productos indicados anteriormente, para los productos cosméticos y para los de cuidado personal no es aplicable el RD1801/2003, debiendo regirse por su normativa específica. No obstante, se utilizará el Sistema Europeo de Alerta (RAPEX) para comunicar los riesgos graves relativos a estos productos a la Comisión Europea y autoridades de los diferentes Estados Miembros.

Precisamente, la AEMPS, siempre que lo considere justificado, podrá prohibir la puesta en el mercado, ordenar la retirada o someter a condiciones especiales a cualquier producto cosmético que, aun cumpliendo los requisitos establecidos en la normativa, presente algún riesgo para la salud y la seguridad de las personas en las condiciones normales o previsibles de utilización, informando inmediatamente a las autoridades sanitarias de las Comunidades Autónomas, a la Comisión Europea y a las autoridades competentes de los Estados miembros.

Los comerciantes tienen el deber de comercializar sólo productos seguros, por lo que no suministrarán productos cuando sepan, o debieran saber, por la información que posean y como profesionales, que no cumplen tal requisito. Asimismo, actuarán con diligencia para contribuir al cumplimiento de los requisitos de seguridad aplicables, en particular, durante el almacenamiento, transporte y exposición de los productos.

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

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

Dentro de los límites de sus actividades respectivas, participarán en la vigilancia de la seguridad de los productos puestos en el mercado, en concreto:

a) Informando a los órganos administrativos competentes y a los productores sobre los riesgos de los que tengan conocimiento.

- b) Manteniendo y proporcionando, durante un plazo de tres años después de haber agotado las existencias de los productos, la documentación necesaria para averiguar el origen de los productos. En particular hay que identificar a los proveedores y, en caso de no ser minoristas, se debe identificar su destino. En todo caso, se debe proporcionar la documentación referida a las autoridades que la soliciten.
- c) Colaborando eficazmente en las actuaciones emprendidas por los productores y los órganos administrativos competentes para evitar dichos riesgos. En particular, 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. La información amparada por el secreto comercial e industrial no será divulgada ni destinada a otra finalidad distinta a la que justifica su recepción.

Asimismo, existe un Sistema Español de Cosmetovigilancia, estructura que coordina la AEMPS e integra las actividades realizadas por la propia AEMPS, por las autoridades sanitarias de las comunidades autónomas y por los profesionales sanitarios en la notificación, recogida, evaluación y seguimiento de los efectos no deseados producidos por productos cosméticos, así como en la adopción de medidas y la difusión de información relacionadas con dichos efectos.

3.5. Actividades de promoción de ventas

3.5.1. Ventas en promoción

La venta en promoción es aquella que se realiza por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

Ha de ir precedida o acompañada, y colocada en lugar visible del establecimiento, de información sobre el producto objeto de la promoción, sus condiciones de venta, y la existencia de un número de unidades suficiente para atender a la demanda.

3.5.2. Ventas con obsequio

En los productos que se comercialicen mediante esta modalidad de venta, durante el período de oferta, se prohíbe modificar al alza su precio y disminuir la calidad del producto.

El régimen de plazos de la venta con obsequio es el siguiente:

- Los productos deberán entregarse 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 productos el derecho a obtener la prima ofrecida podrá ejercerse, como mínimo, durante los 3 meses siguientes a la fecha de caducidad de la promoción.

Si los obsequios ofrecidos forman parte de un conjunto, la empresa responsable de la oferta estará obligada a canjear cualquiera de aquellos por otro distinto, a no ser que en la oferta pública del incentivo se haya establecido otro procedimiento para obtener las diferentes piezas del conjunto.

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 producto o, en su defecto, estar debidamente divulgadas.

3.5.3. Ventas en rebajas

El comerciante tendrá plena libertad para la fijación del período de rebajas y su duración.

Las fechas elegidas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

Los productos rebajados han debido incluirse en la oferta habitual durante un plazo mínimo de un mes.

Queda prohibido ofertar, como rebajados, productos deteriorados.

Las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto al precio anterior el precio rebajado de los mismos productos comercializados.

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

3.5.4. Ventas de saldos

Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de “venta de restos”.

El vendedor podrá practicar la venta de saldos siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones. Informarán 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 productos ajenos y otros adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos, indicando claramente en el exterior su actividad.

3.5.5. Ventas en liquidación

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

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 período 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 del local y de los de fuerza mayor.

La duración máxima de la venta en liquidación será de un año.

No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de productos 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.

3.6. Contratación a distancia

3.6.1. Información previa al contrato

En estos contratos y en los celebrados fuera de establecimiento mercantil el empresario ha de facilitar previamente 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 de Consumidores y usuarios (TRLGDCU, desde ahora), que detalla estos datos, debiendo tenerse en cuenta algunas cuestiones referidas, sobre todo, al derecho de desistimiento: el empresario puede utilizar el modelo A de documento informativo que aparece en el Anexo I del TRLGDCU, proporcionando, entre otras opciones descritas en el artículo 106.3 del TRLGDCU, el formulario de desistimiento que aparece en el modelo B del mismo. Si decide que el consumidor se haga cargo de los costes de devolución ha de informar al respecto (si no lo hace, al igual que ocurre si no informa sobre gastos adicionales, de transporte, por ejemplo, el consumidor no estará obligado a atenderlos) y si no cabe este derecho (por ejemplo, en el caso de productos precintados que no sean aptos para ser devueltos, por razones de protección a la salud o la higiene, si han sido desprecintados tras su entrega), ha de decir que no cabe el mismo.

Aparte de la identificación del empresario (incluida la fiscal, así como los datos de inscripción en el Registro Mercantil si es persona jurídica), han de identificarse los medios de contacto, por ejemplo, un nº de teléfono o una dirección de correo electrónico. Pero el Derecho de la Unión no impone siempre a un empresario que solo efectúa este tipo de contratos la instalación de un medio en concreto, o que lo facilite en este tipo de contrataciones cuando informa al consumidor antes de celebrar el contrato. Lo que se pretende es que el consumidor pueda contactar con él de forma rápida y eficaz.

El empresario/a puede realizar cargos adicionales derivados del uso de tarjetas de crédito y débito si surgen tasas de intercambio y de descuento (véanse las definiciones en el Anexo I) al utilizar el consumidor un terminal de punto de venta (TPV), con independencia del canal de comercialización dispuesto (físicos y tradicionales o vinculados al comercio electrónico y al uso del teléfono móvil). Esta posibilidad está ligada a la obligación empresarial de previo anuncio de esos cargos, 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.

No obstante lo anterior, ha de tenerse en cuenta que la venta presencial de este tipo de productos ha de realizarse teniendo en cuenta la regulación ofrecida por las disposiciones generales del TRLGDCU, especialmente la relativa a la oferta comercial (art. 20, que, aparte de los datos de identificación empresarial, características esenciales del producto, precio final completo y derecho de desistimiento, prevé que la información necesaria ha de facilitarse - principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables - en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato fácilmente accesible); información precontractual (art. 60, con referencia similar a consumidores vulnerables); integración de la oferta, promoción y publicidad en el contrato (art. 61); confirmación documental (art. 63) y derecho de desistimiento (art. 68 y siguientes). La relación de estos dos aspectos citados en último lugar se manifiesta, aparte de lo previsto como compromiso de calidad en el epígrafe 4 de este Código, en la necesidad de informar sobre el derecho contractual de desistimiento en la factura o en la factura simplificada, dejando siempre claro que tal derecho no afecta a los que correspondan por tara o defecto del producto.

3.6.2. 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 conseguir que el consumidor confirme expresamente, en el momento de efectuar el pedido, que es consciente de que este 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 etiquetarse únicamente con la expresión «pedido con obligación de pago» o análoga y no 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 (SMS, correo electrónico...) 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.

3.6.3. Derecho de desistimiento

Con carácter general, la persona consumidora tendrá derecho a desistir del contrato durante un período de 14 días naturales, contados a partir del día en que él, o un tercero por él indicado y distinto del transportista, adquiera la posesión de los bienes solicitados, sin indicar el motivo e incurriendo únicamente en los costes directos de devolución del producto de que se trate, salvo si el empresario ha aceptado asumirlos o no le ha informado al consumidor de que le corresponde asumir esos costes.

Salvo pacto en contrario, no están sujetos a un derecho legal de desistimiento los bienes que por su naturaleza se deterioren con rapidez o no puedan ser devueltos por razones de seguridad e higiene si se han desprecintado previamente.

Es obligatorio proporcionar el modelo B de formulario de desistimiento que figura en el Anexo I del TRLGDCU, y si proporciona correctamente el modelo A de documento informativo habrá cumplido los requisitos de información sobre el derecho de desistimiento que le impone la norma.

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

Si no se ha facilitado la información 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.

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.

En caso de retraso injustificado respecto a la devolución de las sumas abonadas la persona consumidora podrá reclamar el doble del importe adeudado, sin perjuicio de su derecho a recibir una indemnización por los daños y perjuicios sufridos en los que excedan de esta cantidad.

3.7. Garantías y ejercicio de derechos por el consumidor

3.7.1. Garantía legal

Desde 1 de enero de 2022 la nueva regulación del régimen de garantías de bienes se extiende a los que incorporan contenidos o servicios digitales o están interconectados a ellos. Por esta razón se considera difícilmente aplicable a los productos vendidos por el empresario de este sector el nuevo conjunto de preceptos relativos a la funcionalidad, compatibilidad, interoperabilidad y demás características presentes en el contrato como parámetro de la conformidad del producto vendido con este. No obstante, el nuevo régimen de garantías se aplica también a los productos que no incorporen estos contenidos o servicios, lo que es claramente mayoritario en este sector.

Los extremos más importantes, en este aspecto y a partir de esa fecha, son los siguientes:

Para ser conformes con el contrato, los productos 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 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.

Para ser conformes los productos 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 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 que sean normales y razonablemente esperables en esos productos, 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.

El empresario responderá ante el consumidor o usuario de cualquier falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del bien, pudiendo el consumidor o usuario, mediante una simple declaración, exigir al empresario la subsanación de dicha falta de conformidad, la reducción del precio o la resolución

del contrato. En cualquiera de estos supuestos el consumidor o usuario podrá exigir, además, la indemnización de daños y perjuicios, si procede.

Cuando el bien adquirido no sea conforme, el comprador podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del bien, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o suponga costes desproporcionados teniendo en cuenta todas las circunstancias y entre ellas el valor que tendría el producto si no hubiera existido falta de conformidad, así como la relevancia de esta.

Las medidas correctoras para la puesta en conformidad deberán ser gratuitas para el consumidor (gastos de envío, transporte). También han de realizarse en un plazo razonable y sin inconvenientes para este.

El distribuidor responde de las faltas de conformidad durante los 3 años siguientes a la entrega. Salvo prueba en contrario, con carácter general, se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en los 2 años siguientes posteriores a la entrega del bien, ya existían cuando este se entregó.

Cuando al consumidor y usuario le resulte imposible o le suponga una carga excesiva dirigirse frente al empresario podrá reclamar directamente al productor con el fin de que el bien sea puesto en conformidad.

Con carácter general, 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 esta se refiera al origen, identidad o idoneidad de los bienes, de acuerdo con su naturaleza y finalidad, y con las normas que los regulan.

El comerciante está obligado a entregar al consumidor o usuario que ejercite su derecho a poner el bien en conformidad:

- Justificación documental de la entrega del bien, en la que conste la fecha de entrega y la falta de conformidad que origina el ejercicio del derecho.
- Junto con el bien ya conforme, justificación documental de la entrega en la que conste la fecha de esta y la descripción de la medida correctora efectuada.

La acción para reclamar la responsabilidad del vendedor prescribirá a los cinco años desde la manifestación de la falta de conformidad.

3.7.2. Responsabilidad civil por productos defectuosos

Si el usuario de un producto o cualquier perjudicado ha sufrido daños o perjuicios causados por el mismo, tiene derecho a ser indemnizado por tales daños o perjuicios ocasionados, tanto personales (incluida la muerte) como materiales.

Este derecho es compatible con otros derechos del perjudicado 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.

El distribuidor que se presente como fabricante o importador en la UE podrá ser responsable de los daños causados por los defectos de los productos que haya introducido en el mercado, siéndole de aplicación las reglas anteriores de responsabilidad civil.

3.8. Horarios

En todos los establecimientos comerciales del sector deberá figurar el calendario y el horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando esté cerrado el establecimiento.

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

3.9. Precios

Los precios de los productos deberán ser inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles y visibles en todo momento por el consumidor.

Estarán marcados en todos los productos ofrecidos a los consumidores y que se exhiban tanto en el interior como en el escaparate.

La fijación del precio es libre para el comerciante.

Si la publicidad incluye el precio se deberá indicar el precio total de la compra.

3.10. Facturas

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 artículos 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.

3.11. Reclamaciones y Servicio 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 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 si el consumidor no está satisfecho 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 si la reclamación no ha podido ser resuelta, sea 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 los consumidores 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, si bien el empresario que se adhiera a este Código asume el compromiso de contestar en un máximo de 15 días, con independencia de la forma elegida por el consumidor para reclamar.

Cuando una reclamación se presente directamente al empresario adherido a este Código se informará sobre la adhesión a una entidad de acreditada, 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.

3.12. Protección de datos

En aquellos locales donde se instalen videocámaras se respetará la normativa sobre protección de datos, así como las Instrucciones de la Agencia Española de Protección de Datos, pues la propia imagen puede considerarse un dato personal. Cuando el tratamiento de imágenes tenga fines de seguridad habrá de adecuarse al Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril, de Protección de Datos Personales (RGPD), de manera que, en primer lugar, hay que configurar el registro de actividades de tratamiento regulado en el Reglamento. También ha de informarse debidamente: se entenderá cumplido este deber mediante la colocación de un dispositivo informativo en lugar suficientemente visible identificando, al menos, la existencia del tratamiento, la identidad del responsable y la posibilidad de ejercitar los derechos previstos en los artículos 15 a 22 del Reglamento (UE) 2016/679. También podrá incluirse en el dispositivo informativo un código de conexión o dirección de internet a esta información.

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 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 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, 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.
- “**Guía para el cumplimiento del deber de informar**”.
- “**Guía para el responsable del tratamiento de datos personales**”.
- “**Guía sobre el uso de videocámaras para seguridad y otras finalidades**”.

3.13. Gestión de Residuos

Con carácter general los residuos que se generan en los comercios del sector de droguería, perfumería y cosmética tienen la consideración de residuos comerciales. Los establecimientos deben prevenir la generación de residuos reduciendo su peso, volumen y peligrosidad y llevar a cabo su correcta gestión, fomentando la preparación para la reutilización, el reciclado y otras formas de valorización. Deben gestionar sus residuos de manera separada, entregándolos al servicio de recogida municipal o a un gestor autorizado o registrado, asegurándose que los residuos generados reciben un tratamiento adecuado, debiendo poder acreditar dichas operaciones documentalmente.

Su responsabilidad concluye cuando los haya entregado en los términos previstos en las ordenanzas locales y en el resto de normativa aplicable.

La separación de residuos es la principal medida de gestión en los establecimientos del sector, y se referirá, principalmente, a envases ligeros y a envases de plástico, incluidas las bolsas de este material. Esta medida de gestión puede adoptar estas modalidades:

- Separación de envases en el establecimiento, con introducción en cubos o contenedores amarillos.
- Separación de residuos de papel y cartón generados en el establecimiento y entrega a gestor autorizado o introducción en cubos o contenedores azules.

A partir del 1 de enero de 2021 está prohibida la entrega de bolsas de plástico ligeras y muy ligeras en los puntos de venta de bienes o productos, excepto si son de plástico compostable. Los comerciantes podrán también optar por otros formatos de envase para substituir a las bolsas de plástico.

En el supuesto en que se produjera algún tipo de residuo peligroso (productos o envases rotos, no aptos para la venta, etc.), las principales obligaciones del distribuidor son:

- Informar inmediatamente a la Administración ambiental competente en caso de desaparición, pérdida o escape de residuos peligrosos o de aquellos que por su naturaleza o cantidad puedan dañar el medio ambiente.
- No almacenar residuos peligrosos durante más de 6 meses.
- No diluir o mezclar los residuos peligrosos con otras categorías de residuos peligrosos ni con otros residuos, sustancias o mezclas.
- No entregar residuos peligrosos a un gestor que no reúna los requisitos exigidos por la legislación vigente.

4. Compromisos de actuación

La Asociación de Perfumistas y Drogueros de la Comunidad de Madrid potenciará entre sus asociados la información correspondiente al contenido de este Código de Buenas Prácticas, fomentando la adhesión al mismo. Igualmente, podrán colaborar a la difusión del presente código las Asociaciones de comerciantes que voluntariamente así lo estimen.

Con independencia de ese compromiso asociativo, y 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 rapidez, simplicidad, gratuidad, voluntariedad, igualdad de partes 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 droguería, perfumería y cosmética”).
- Con carácter general, se complementará la correcta información al usuario, publicitando a través de los medios que se consideren más adecuados (tablón de anuncios, folletos divulgativos, etc.) las noticias y/o publicaciones que se consideren de mayor interés para el consumidor en relación a los servicios ofertados.
- 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 su cumplimentación, si fuera necesario, y también la información que se precise sobre el tratamiento de reclamaciones que aparece en el epígrafe 3.11 de este Código.**
- **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 (comunicación al servicio de atención al cliente o cumplimentación de una hoja de reclamación).**
- **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. **Anualmente, al objeto de comprobar la regularidad de la adhesión, deberán remitir el protocolo y la documentación citada** y correspondiente a la actividad desarrollada, ateniéndose en todo momento al seguimiento de la aplicación del código descrito en el epígrafe 5 de este código. 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

- Los “cambios y devoluciones” solicitados de productos sin desembalar se realizan en el plazo de 15 días, previa presentación del justificante de compra en el que deberá figurar el plazo y condiciones para el ejercicio de este derecho, sin que ello signifique la devolución del importe, más allá de los requisitos y situaciones establecidos legalmente. Ha de informarse sobre este derecho tanto en el justificante de compra como en cartelería visible en el establecimiento.
- En la prestación del servicio al cliente se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total, evolucionando de modo permanente de acuerdo a 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 y correcto envasado de los productos recibidos, al objeto de verificar su conformidad antes de exponerlos a la venta y reenviarlos al responsable, si procede, antes de comercializarlos.**
- El comerciante se compromete a no distribuir productos que sean copia de marcas registradas o que por su nombre induzcan a error sobre la marca.
- Revisarán periódicamente el estado de los productos que así lo precisen, retirando aquellos que muestren signos de deterioro.
- Se atenderá al usuario por orden de petición del servicio, independientemente del motivo que lo origine (contratación, desistimiento, información sobre los servicios ofertados, etc.).
- Se facilitará al cliente un asesoramiento especializado que permita la elección, por su parte, más adecuada. Para ello:
 - Se prestará especial atención a la **formación técnica** de los empleados del establecimiento de manera que conozcan los distintos tipos y características de los productos.
 - Habrá una especial diligencia para informar sobre el etiquetado ecológico, indicando los productos a los que resulta aplicable.

- Igual diligencia se empleará al **informar sobre las condiciones de venta, reclamación y sistema arbitral, garantía de los productos y derecho de desistimiento (distinguiendo con precisión el de origen legal que corresponda en la venta a distancia del contractual que reconozcan, así como de la devolución que proceda como remedio ante una falta de conformidad).**
- Realizarán **demonstraciones**, a petición del cliente o siempre que se considere necesario.

- En los pagos presenciales efectuados mediante tarjeta electrónica, con el fin de dotar a la transacción comercial de la mayor seguridad posible, se solicitará al comprador la exhibición del documento de identidad personal o similar.
- En el caso de utilizar tarjetas de pago siempre se indicará y facilitará la comprobación por parte del consumidor del importe que figura en la pantalla del TPV al acercar la tarjeta, para que este se pueda asegurar de que es correcto. Así mismo, se le recomendará que guarde la copia de la transacción y del tique de compra, para que pueda comprobar la correspondencia entre el importe del cargo de la tarjeta y el de la pantalla del TPV.
- Ante la petición de un producto no disponible, deben hacerse todas las gestiones oportunas para satisfacer la demanda planteada. En este caso, se indicará que no se dispone en ese momento del producto, poniendo a disposición del cliente otro de características muy similares o proponiendo pedir el producto solicitado a la central de distribuciones, haciendo todo lo posible para que el producto esté a disposición del cliente en el menor plazo.

4.3. Instalaciones y personal

- Como establecimiento 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.
- Si los clientes no pueden pasar al establecimiento con productos o bolsas, se facilitará un lugar seguro para su depósito.

- **El personal que atienda 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 a **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

- Llevarán a cabo una **adecuada política ambiental** mediante el desarrollo de prácticas correctas y respetuosas con el medio ambiente. A tal fin, y en la medida de lo posible, tratarán de promover actuaciones tendentes a obtener la certificación de cumplimiento de la norma ISO 14001 o cualquier otro sistema de gestión ambiental.
- Contribuirán a la **educación ambiental de los consumidores** mediante la difusión de mensajes que fomenten el consumo responsable, incorporando valores ecológicos y sociales en sus decisiones de compra y uso.
- **Reducirán el uso de bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable**, fomentando la sustitución de las mismas por bolsas elaboradas con otros materiales como, por ejemplo, el papel.
- **Adoptarán prácticas que promuevan la eficiencia energética** de sus establecimientos, tales como la optimización de la iluminación en los escaparates, seguimiento de iniciativas ambientales de ONGs tipo “la hora del planeta”, etc.
- Procurará colaborar en la celebración de **mercados solidarios** en el caso de que se desarrollen y sean de fácil acceso.

5. Seguimiento de la aplicación del código

Una vez que los establecimientos dedicados a la comercialización de productos del sector de la droguería, perfumería y cosmética 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 implementación 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 con aquellas prácticas que pudieran ser objeto de infracción administrativa.

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

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 del mismo.

Los empresarios adheridos propondrán, cuando así lo consideren conveniente y como consecuencia de su experiencia en la aplicación práctica de este Código, de forma individual o a través de sus Asociaciones, mejoras en su contenido o aplicación. Dichas propuestas se enviarán a la siguiente dirección de correo electrónico: promocionconsumo@madrid.es.

7. Anexo I. Definiciones

NOTA ACLARATORIA!: “En el presente Código de Buenas Prácticas no se incluyen las obligaciones previstas en el Reglamento n° 1907/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, relativo al registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y preparados (REACH) para los **artículos**, al considerar que los productos que se comercializan en los establecimientos del sector de la droguería, perfumería y cosmética son, principalmente, mezclas y, en alguna ocasión, sustancias y artículos.

En este sentido, téngase en cuenta que es **artículo** “un objeto que, durante su fabricación, recibe una forma o diseño especial que determina su función en mayor medida que su composición química”; mientras que se entiende por **sustancia** el “elemento químico y sus compuestos naturales o los obtenidos en algún proceso industrial” y, finalmente, se define **mezcla** como “mezcla o solución compuesta por dos o más sustancias”.

Así, son ejemplos de mezclas que se pueden encontrar en un establecimiento de droguería, perfumería y cosmética, el amoníaco perfumado, las lejías perfumadas, los cosméticos, jabones, etc. Como ejemplo de sustancia se puede citar el amoníaco y de artículo, las toallitas perfumadas

Aerosol

Recipiente no recargable de metal, vidrio o plástico que contiene un gas comprimido licuado o disuelto a presión, con o sin líquido, pasta o polvo, y dotado de un dispositivo de descarga que permite expulsar el contenido en forma de partículas sólidas o líquidas en suspensión en un gas, en forma de espuma, pasta o polvo, o en estado líquido o gaseoso.

Barniz

Recubrimiento transparente que, cuando se aplica a un sustrato, forma una película transparente y sólida que posee propiedades protectoras, decorativas o técnicas específicas y después de su aplicación se seca, formando un recubrimiento sólido, adherente y protector.

Biocidas

Sustancias activas y mezclas que contengan una o más sustancias activas, presentados en la forma en que son suministrados al usuario, destinados a destruir, contrarrestar, neutralizar, impedir la acción o ejercer un control de otro tipo sobre cualquier organismo nocivo por medios químicos o biológicos.

Son biocidas los desinfectantes, conservantes, biocidas en general y otros que aparecen identificados en el Anexo V del Real Decreto 1054/2002, excluyéndose del ámbito de aplicación de este, aquellos productos con reglamentaciones específicas, como pueden ser los medicamentos, aditivos alimentarios y otros referidos en el Anexo V de esta norma y en su artículo 1.2.

Comercialización

Suministro de un producto o puesta a disposición de un tercero, ya sea mediante pago o de forma gratuita. La importación se considera comercialización.

Consejo de prudencia

Una frase que describe la medida o medidas recomendadas para minimizar o evitar los efectos adversos causados por la exposición a una sustancia o mezcla peligrosa durante su uso o eliminación.

Corrosivo

Si el mecanismo de toxicidad de una sustancia o mezcla es la corrosión, pueden verse afectadas las vías respiratorias o a la piel, figurando en los apartados 3.2.1.1 y 3.1.2.3.3 del Reglamento 1272/2008 las principales manifestaciones de estos efectos.

Cosmético

Sustancia o mezcla destinada a ser puesto en contacto con las diversas partes superficiales del cuerpo humano (epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos) o con los dientes y las mucosas bucales, con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto y/o corregir los olores corporales y/o protegerlos o mantenerlos en buen estado.

Declaración responsable

Documento suscrito por un interesado en el que este manifiesta, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente (por ejemplo, los relativos al vendedor de cosméticos y a las obligaciones identificadas a esos efectos en el epígrafe 3.1.3 del CBP), para obtener el reconocimiento de un derecho o facultad o para su ejercicio, que dispone de la documentación que así lo acredita, que la pondrá a disposición de la Administración cuando le sea requerida, y que se compromete a mantener el cumplimiento de las anteriores obligaciones durante el período de tiempo inherente a dicho reconocimiento o ejercicio.

Detergente

Toda sustancia o mezcla que contenga jabón u otros tensioactivos y que se utilice en procesos de lavado y limpieza. Los detergentes podrán adoptar cualquier forma (líquido, polvos, pasta, barra, pastilla, formas moldeadas, etc.) y ser comercializados para uso doméstico, institucional o industrial.

También se considerarán incluidos en esta definición los siguientes productos:

- «Mezcla auxiliar para el lavado», destinada al prelavado, aclarado o blanqueo de ropa, ropa de casa, etc.
- «Suavizante para ropa», destinado a modificar el tacto de los tejidos en procesos complementarios a su lavado.
- «Mezcla de limpieza», destinado a limpiadores domésticos generales o a la limpieza de otras superficies (materiales, productos, maquinaria, artefactos mecánicos, medios de transporte y equipo relacionado, instrumentos, aparatos, etc.).
- «Otros preparados o mezclas de limpieza y lavado», destinados a cualquier otro proceso de lavado o limpieza.

Distribuidor

Toda persona física o jurídica establecida en la Unión Europea, incluidos los minoristas, que únicamente almacena y comercializa una sustancia, como tal o en forma de mezcla, destinada a terceros.

Envase

Todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utiliza 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.

Explosivos

Las sustancias y preparados sólidos, líquidos, pastosos o gelatinosos que, incluso en ausencia del oxígeno del aire, pueden reaccionar de forma exotérmica con rápida formación de gases y que, en condiciones de ensayo determinadas, detonan, deflagran rápidamente o, bajo el efecto del calor, en caso de confinamiento parcial, explotan.

Fitosanitarios

Las sustancias activas y mezclas que contengan una o más sustancias activas, presentados en la forma en que se ofrecen para su distribución a los usuarios, destinados a proteger los vegetales, a los productos vegetales y contra organismos nocivos; pudiéndose destinar a evitar la acción de los mismos.

Irritantes

Las sustancias y preparados no corrosivos que, por contacto breve, prolongado o repetido con la piel o las mucosas, pueden provocar una reacción inflamatoria.

Jabón de Lavar

Producto que se obtiene de la reacción de los ácidos de un aceite u otro cuerpo graso con un álcali y que se destina al lavado de ropa u objetos diversos.

Lejías

Las soluciones de hipoclorito alcalino, tal y como se producen por la industria, incluyan o no los aditivos necesarios para su puesta en el mercado, siendo su contenido en cloro activo no inferior a 35 gramos por litro ni superior a 100 gramos por litro. En función de su contenido en cloro activo, las lejías se clasifican en lejía y lejía concentrada.

Marca

Todo signo, 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 para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras y 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.

Mezcla o preparado

Una mezcla o solución compuesta por dos o más sustancias.

Mutagénicos

Las sustancias y preparados que, por inhalación, ingestión o penetración cutánea, pueden producir defectos genéticos hereditarios o aumentar su frecuencia.

Nocivos

Las sustancias y preparados que, por inhalación, ingestión o penetración cutánea, pueden provocar la muerte o efectos agudos o crónicos para la salud.

Palabra de advertencia

Vocablo que indica el nivel relativo de gravedad de los peligros para alertar de la existencia de un peligro potencial; distinguiéndose dos niveles:

- a) «peligro», para los más graves;
- b) «atención», para los menos graves.

Papel tisú

Hojas o rollos de papel adecuados para el uso o la higiene personal, la absorción de líquidos, la limpieza de superficies o una combinación de estos usos.

Persona responsable

Aquella persona física o jurídica cuya designación facilita una introducción regular en el mercado de los productos cosméticos en la Unión Europea, de forma que garantice el cumplimiento de los requisitos pertinentes establecidos en el Reglamento (CE) 1223/2009. Con independencia de la regulación que el art. 4 del Reglamento hace sobre los supuestos usuales referidos al fabricante y al importador, es importante saber que el distribuidor será la persona responsable si introduce un producto cosmético en el mercado con su nombre o marca comercial o modifica un producto ya introducido en el mercado de tal manera que el cumplimiento de los requisitos aplicables pueda verse afectado.

La traducción de la información relacionada con un producto cosmético ya introducido en el mercado no se considerará una modificación de dicho producto de tal calibre que pueda afectar el cumplimiento de los requisitos aplicables del presente Reglamento.

Pictograma de peligro

Una composición gráfica que contiene un símbolo más otros elementos gráficos, como un contorno, un motivo o un color de fondo, y que sirve para **transmitir una información específica sobre el peligro en cuestión.**

Producto de higiene personal

Sustancias o mezclas que, sin tener la consideración legal de cosméticos, biocidas, productos sanitarios o medicamentos, están destinados a ser aplicados sobre la piel, dientes o mucosas del cuerpo humano con la finalidad de higiene o de estética, o para neutralizar o eliminar ectoparásitos, tales como dentífricos, productos de estética, pediculicidas, hidratantes vaginales, limpiadores anales en caso de hemorroides, productos para el masaje deportivo, limpiadores nasales o limpiadores oculares, o cualquier otro producto que pueda ser calificado como tal.

Productos de limpieza de uso general

Comprenden los productos detergentes para la limpieza cotidiana de suelos, paredes, techos, cristales y otras superficies duras, que se diluyen en agua antes de su utilización o se utilizan sin dilución.

Red de Alerta

Sistema estatal de intercambio rápido de información, en forma de red, integrada en el Sistema Europeo de Alerta (RAPEX), con la finalidad de facilitar una comunicación e intercambio rápido de información de aquellas actuaciones que se adopten en caso de riesgo grave.

Sensibilizantes

Las sustancias y mezclas que, por inhalación o penetración cutánea, pueden ocasionar una reacción de hipersensibilización, de forma que una exposición posterior a esa sustancia o preparado dé lugar a efectos nocivos característicos.

Sustancia o mezcla explosiva

Es una sustancia sólida o líquida (o mezcla de sustancias) que, de manera espontánea, por reacción química, puede desprender gases a una temperatura, presión y velocidad tales que puedan ocasionar daños a su entorno. En esta definición quedan comprendidas las sustancias pirotécnicas, aun cuando no desprendan gases.

Sustancia o mezcla/preparado peligroso

De acuerdo con el Real Decreto 255/2003, son sustancias y preparados peligrosos aquellos explosivos, comburentes, inflamables, tóxicos, irritantes, sensibilizantes, carcinogénicos, mutagénicos, así como los peligrosos para el medio ambiente.

Por su parte, según el Reglamento CLP, una sustancia o mezcla será peligrosa cuando cumpla los criterios de peligro físico, para la salud humana o para el medio ambiente, establecidos en las partes 2 a 5 del Anexo I del Reglamento. Por ejemplo, los explosivos, gases y aerosoles inflamables, los gases a presión y comburentes, los líquidos y sólidos inflamables y/o comburentes son peligrosos atendiendo a un criterio físico.

Desde el punto de vista de peligro para la salud y el medio ambiente, las autorizaciones que hay que tener en cuenta aparecen especificadas en el citado Anexo.

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 con 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.

8. Anexo II. Marco jurídico aplicable

NOTA ACLARATORIA²: “El presente Código de Buenas Prácticas no reproduce literalmente la normativa jurídica aplicable al sector de la droguería, perfumería y cosmética, sino que recoge un extracto de la misma, lo que no exime de las obligaciones a que se encuentran sujetos los destinatarios de aquella”.

(*) Se ha simplificado el título de varias normas comunitarias al objeto de mejorar la legibilidad del conjunto de las que afectan a un sector tan minuciosamente regulado. Si se desea completar la referencia exacta de cada una (especialmente la de aquellas que modifican y derogan otras, que aparecen en este Anexo marcadas con asterisco), 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 comunitario

- Reglamento (CE) n° 648/2004, de 31 de marzo de 2004, sobre detergentes.
- Reglamento* (CE) n° 1907/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, relativo al registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y preparados químicos (REACH).
- Reglamento* (CE) n° 1272/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas.
- Decisión* 2011/740/UE, de 14 de noviembre de 2011, por la que se modifican otras Decisiones, con objeto de prorrogar la vigencia de los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a determinados productos.
- Decisión* 2013/295/UE de la Comisión, de 17 de junio de 2013, por la que se modifican otras Decisiones con objeto de prorrogar la vigencia de los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a determinados productos.
- Reglamento (CE) n° 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la UE.
- Decisión de la Comisión, de 9 de diciembre de 2014, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica europea a los productos cosméticos que precisan de aclarado.
- Decisión de la Comisión, de 28 de mayo de 2014, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a las pinturas y barnices de interior y exterior.
- Decisión (UE) 2017/1217 de la Comisión, de 23 de junio de 2017, por la que se establecen los criterios para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a productos de limpieza de superficies duras.
- Decisión 2011/740/UE, de 14 de noviembre de 2011, por la que se modifican otras Decisiones con objeto de prorrogar la vigencia de los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a determinados productos.

- Decisión 2013/295/UE de la Comisión, de 17 de junio de 2013, por la que se modifican otras Decisiones con objeto de prorrogar la vigencia de los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE a determinados productos.
- Decisión (UE) 2017/1216 de la Comisión, de 23 de junio de 2017, por la que se establecen los criterios de la etiqueta ecológica de la UE aplicables a los detergentes para lavavajillas.
- Decisión (UE) 2017/1218 de la Comisión, de 23 de junio de 2017, por la que se establecen los criterios de la etiqueta ecológica de la UE aplicables a los detergentes para ropa.
- Decisión (UE) 2019/70 de la Comisión, de 11 de enero de 2019, por la que se establecen los criterios de la etiqueta ecológica de la UE para el papel gráfico y los criterios de la etiqueta ecológica de la UE para el papel tisú y los productos de papel tisú.

Ámbito estatal

- Real Decreto 3360/1983, de 30 de noviembre, por el que se aprueba la Regulación Técnico-Sanitaria de las lejías.
- Real Decreto 833/1988, de 20 de julio. Residuos tóxicos y peligrosos. Aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 20/1986, de 14 de mayo, básica de Residuos Tóxicos y Peligrosos.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, que aprueba el Reglamento de etiquetado, presentación y publicidad de los productos industriales destinados a su venta directa a los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 363/1995, de 10 de marzo de 1995, que aprueba el Reglamento sobre notificación de sustancias nuevas y clasificación, envasado y etiquetado de sustancias peligrosas.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista modificada por la Ley 47/2002 de 17 de diciembre y la Ley 1/2010 de 1 de marzo.

- Ley 11/1997, de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases.
- Real Decreto 1599/1997, de 17 de octubre, sobre productos cosméticos modificado por el Real Decreto 209/2005, de 25 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1599/1997, de 17 de octubre, sobre productos cosméticos. La vigencia de esta norma, en el momento de edición de este CBP, se circunscribe a la regulación de los productos de cuidado personal.
- Real Decreto 782/1998, de 30 de abril, por el que se aprueba el Reglamento para el desarrollo y ejecución de la Ley 11/1997, de 24 de abril, de envases y residuos de envases.
- Real Decreto 770/1999, de 7 de mayo, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de detergentes y limpiadores.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, que regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Real Decreto 1054/2002, de 11 de octubre, que regula el proceso de evaluación para el registro, autorización y comercialización de biocidas, modificado por el Real Decreto 1090/2010 de 3 de septiembre.
- Real Decreto 255/2003, de 28 de febrero de 2003, que aprueba el Reglamento sobre clasificación, envasado y etiquetado de preparados peligrosos. Las referencias al anexo I del Reglamento homónimo, aprobado por el Real Decreto 363/1995, deben entenderse hechas a la parte 3 del anexo VI del Reglamento (CE) n.º 1272/2008.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, de seguridad general de los productos.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

- Real Decreto 252/2006, de 3 de marzo, por el que se revisan los objetivos de reciclado y valorización establecidos en la Ley 11/1997, de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases, y por el que se modifica el Reglamento para su desarrollo y ejecución, aprobado por el Real Decreto 782/1998, de 30 de abril.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- Real Decreto 1381/2009, de 28 de agosto, por el que se establecen los requisitos para la fabricación y comercialización de los generadores de aerosoles.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Real Decreto 971/2014, de 21 de noviembre, por el que se regula el procedimiento de evaluación de productos fitosanitarios.
- Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.
- Reglamento 2016/679, de 27 de abril, de Protección de Datos Personales.
- 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 293/2018, de 18 de mayo, sobre reducción del consumo de bolsas de plástico y por el que se crea el Registro de Productores.
- Real Decreto 85/2018, de 23 de febrero, por el que se regulan los productos cosméticos.

- Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Ámbito autonómico

- Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid, modificada por la Ley 2/2012, de 12 de junio de 2012, de Dinamización de la actividad comercial de Madrid y por la Ley 8/2012, de 28 de diciembre de 2012, de Medidas de Madrid 2013.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 130/2002, de 18 de julio, que desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de Residuos de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 216/2003, de 16 de octubre, sobre la aplicación del sistema revisado de etiqueta ecológica comunitaria en la Comunidad de Madrid.

Ámbito local

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

9. Anexo III. Protocolo de autocontrol

Requisitos legales de información previa y etiquetado <small>(APARTADOS 3.1 Y 3.2 DEL CBP)</small>	SI	NO
1. Facilita, al menos, identificación empresarial y datos de contacto, características del producto, precio total y condición de adherido a ARC y CBP.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Hay etiquetado, es legible y, al menos, figura en castellano.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad y red de alerta <small>(APARTADO 3.4 DEL CBP)</small>	SI	NO
3. Guarda documentación de origen al menos durante 3 años tras agotar existencias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Colaboraría con la Administración si se detecta producto inseguro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades de promoción de ventas <small>(APARTADO 3.5 DEL CBP)</small>	SI	NO
5. Los productos no tienen defecto ni son de peor calidad que los de venta ordinaria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Se anuncia el producto en promoción, condiciones de venta y período de vigencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratación a distancia <small>(APARTADO 3.6 DEL CBP)</small>	SI	NO
7. Hay información previa de la identidad y domicilio empresarial, características del producto, precio completo, gastos adicionales, derecho de desistimiento (14 días naturales, con formulario), pago y reclamación, siendo accesible el clausulado general antes del pedido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Se confirma esa información y el consentimiento en papel u otro soporte duradero después de la compra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Si el producto no está disponible se avisa la devolución del importe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Horarios (APARTADO 3.8 DEL CBP)	SI	NO
10. Se anuncian calendario y horario, tanto en el interior como en el exterior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precios (APARTADO 3.9 DEL CBP)	SI	NO
11. Su anuncio es tan claro y legible que hace innecesaria la ayuda del comerciante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Factura (APARTADO 3.10 DEL CBP)	SI	NO
<u>Las facturas y facturas simplificadas tienen, al menos:</u>		
12. Número y en su caso serie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Nombre y apellidos o razón social.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. NIF o CIF y número de teléfono.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Fecha de expedición.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Concepto o descripción de los productos vendidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Tipo impositivo y, opcionalmente, también la expresión "IVA incluido".	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Precio final.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente (APARTADO 3.11 DEL CBP)	SI	NO
19. Hay hojas de reclamaciones y cartel oficial que las anuncia en lugar visible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Se pone a disposición del consumidor la dirección postal, el nº de teléfono o la dirección de correo electrónico para facilitar la información y la reclamación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protección de datos (APARTADO 3.12 DEL CBP)	SI	NO
21. Su tratamiento se adecua al Reglamento 2016/679 y a la Ley Orgánica 3/2018.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestión de Residuos (APARTADO 3.13 DEL CBP)	SI	NO
22. Se facilita la gestión de residuos con su separación según fracciones distintas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Los residuos de envases se separan por materiales para facilitar su reutilización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compromisos de actuación (APARTADO 4 DEL CBP)	SI	NO
24. Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo y lo anuncia en local y página web.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Se contesta a las reclamaciones en un máximo de 15 días, con independencia de la forma en que se hayan recibido (hoja de reclamación o Servicio de Atención al Cliente).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Se reconoce durante 15 días un derecho al cambio de producto que se presente sin desembalar y con su justificante de compra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Proporciona información sobre el etiquetado ecológico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Realizan las gestiones que requiera la demanda de un producto no disponible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Los productos comercializados no son copia de marcas registradas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Hay revisión de productos, con retirada de los que presentan riesgo de deterioro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Anexo IV. Indicaciones de peligro, consejos de prudencia y pictogramas

En el Reglamento (CE) n° 1272/2008 (“Reglamento CLP”) se establecen **las indicaciones de peligro, los consejos de prudencia y los pictogramas equivalentes** aplicables a sustancias y mezclas peligrosas, en base al Sistema Globalmente Armonizado de clasificación y etiquetado de productos químicos (“SGA”), adoptado en el marco de las Naciones Unidas para identificar los productos químicos peligrosos y para informar a los usuarios sobre sus peligros.

Una sustancia o mezcla clasificada como peligrosa y contenida en un envase llevará una etiqueta en la que figurarán en todo caso: los datos de identificación del proveedor o proveedores, del producto y cantidad nominal contenida en el envase. Además, cuando proceda, se indicarán: pictogramas de peligro; palabras de advertencia; indicaciones de peligro; consejos de prudencia e información suplementaria.

- El contenido de la etiqueta de las sustancias o mezclas clasificada como peligrosa se regulan en el artículo 17 del citado Reglamento.
- Los pictogramas de peligro se regulan en los artículos 19 y 26 del Reglamento, encontrándose especificados en su Anexo V.
- Las palabras de advertencia de cada clasificación se regulan especialmente en el artículo 20, que remite a las tablas de las partes 2 a 5 de su Anexo I, que indican los elementos que deben figurar en las etiquetas para cada clase de peligro. Ha de tenerse en cuenta que el Reglamento CLP introduce las siguientes palabras de advertencia:
 - **“Peligro”**: asociada a las categorías más graves.
 - **“Atención”**: asociada a las categorías menos graves.

- Las indicaciones de peligro (H) de cada clasificación se regulan en el artículo 21, que remite su ubicación a las tablas de las partes 2 a 5 del Anexo I del Reglamento y los términos de su redacción al Anexo III.
- Los consejos de prudencia (P) se tratan en los artículos 22, 25 y 28 del Reglamento y han de redactarse de conformidad con la parte 2 del Anexo IV del Reglamento, debiendo seleccionarse de entre los establecidos en las tablas de las partes 2 a 5 del Anexo I, que indican los elementos que deben figurar en las etiquetas para cada clase de peligro. Esta selección se hará de conformidad con los criterios establecidos en la parte 1 del Anexo IV, teniendo en cuenta las indicaciones de peligro y los usos previstos o identificados de la sustancia o la mezcla.
- En todo caso es útil tener en cuenta que las indicaciones de peligro (H) y los consejos de prudencia (P), presentes en los Anexos III y IV del Reglamento CLP se configuran según un código alfanumérico formado por una letra (H o P) y tres números:
 - Un dígito que designa el tipo de peligro.
 - Dos dígitos que corresponden a una numeración secuencial de los peligros.

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DEL COMERCIO DE DROGUERÍA, PERFUMERÍA Y COSMÉTICA

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)



ASOCIACIÓN DE
PERFUMISTAS Y DROGUEROS
DE LA COMUNIDAD DE MADRID



ADICAE
Asociación de Usuarios de
Bancos, Cajas y Seguros



FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES
INDEPENDIENTES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

