



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

cj

**CÓDIGO DE
BUENAS PRÁCTICAS
EN EL SECTOR DEL
COMERCIO DE
JUGUETES**



MADRID

Presentación

El Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid tiene como línea prioritaria de actuación, la mejora permanente de la actividad comercial y la promoción del autocontrol por parte de las empresas, a fin de elevar la calidad y seguridad de los servicios prestados por los establecimientos comerciales de nuestra ciudad.

La consecución de este objetivo requiere indudablemente de iniciativas como la promoción y el desarrollo de Códigos de Buenas Prácticas en los diferentes sectores comerciales, empresariales y profesionales. Fomentar la autorregulación y el autocontrol en los diferentes sectores empresariales, 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/as 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/as deberán desarrollar para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Con su edición, el Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo 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 los consumidores/as y elemento diferenciador entre las empresas.

Quiero expresar mi agradecimiento a todos/as los/as que han intervenido en la realización de este trabajo en equipo, especialmente a la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid, a las organizaciones empresariales y a las asociaciones de consumidores.

Miguel Ángel Redondo Rodríguez

Delegado del Área de Gobierno Economía, Innovación y Empleo

NOTA ACLARATORIA

El presente Código de Buenas Prácticas no reproduce literalmente la normativa jurídica aplicable en el sector del comercio de juguetes, 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	6
1. Objetivo del código	7
2. Ámbito de aplicación	7
3. Requisitos legales aplicables al sector.....	8
3.1. Seguridad.....	8
3.1.1. Marcado “CE”	8
3.1.2. Advertencias.....	9
3.1.3. Requisitos esenciales de seguridad y Red de Alerta.....	11
3.1.4. Obligaciones del vendedor en materia de seguridad	13
3.2. Información contractual.....	15
3.3. Actividades de promoción de ventas y ventas especiales	17
3.3.1. Ventas en promoción	17
3.3.2. Ventas con obsequio.....	17
3.3.3. Ventas en rebajas	18
3.3.4. Ventas de saldos	18
3.3.5. Ventas en liquidación	19
3.4. Contratación a distancia	19
3.4.1. Información previa al contratado	19
3.4.2. Contrato	20
3.4.3. Derecho de desistimiento	21
3.5. Horarios	22
3.6. Precios	22
3.7. Facturas y otros documentos justificativos.....	22
3.8. Publicidad	23
3.9. Garantías y ejercicios de derechos por el consumidor	24
3.9.1. Garantía Legal	24
3.9.2. Garantía Comercial y servicio posventa	25
3.10. Responsabilidad civil por juguetes defectuosos.....	26
3.11. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente	26
3.12. Protección de datos	28
3.13. Gestión de residuos.....	28
4. Compromisos de actuación	31
4.1. En materia de consumo.....	31
4.2. Prestación del servicio.....	32
4.3. Instalaciones y personal	34
4.4. Consumo sostenible.....	34
5. Seguimiento de la aplicación del código.....	36
6. Revisión y vigencia del código.....	36
7. Anexo I. Definiciones	37
8. Anexo II. Marco jurídico aplicable.....	41
9. Anexo III. Protocolo de autocontrol	43

Introducción

El presente “Código de Buenas Prácticas en el Sector del Comercio de Juguetes” constituye la actualización del editado por el Área de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid en el año 2009, elaborado en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 24 de mayo de 2005, firmado con la **Asociación de Comerciantes de Juguetes de Madrid-ACOJUM-COPYME** y aprobado por Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

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

Este Código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector del Comercio de Juguetes** y a unos compromisos de actuación en materia de calidad, resolución de reclamaciones, mejoras en la prestación del servicio, compromisos sociales y ambientales que exceden del contenido de aquéllos y tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores, fomentar la compra y uso responsable de los juguetes, 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 Juguetes y se pretende garantizar unas prácticas que redunden en una mayor protección de los derechos de los consumidores y en una compra ambiental y socialmente responsable.

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

1. Objetivo del código

Debido a la importancia que en la actualidad representa el comercio de juguetes 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 distribuidores jugueteros que presten sus servicios en el ámbito del comercio minorista, que tengan su domicilio social o que operen mediante sucursales ubicadas en el municipio de Madrid y que deseen adherirse al mismo, pertenezcan o no a la Asociación de Comerciantes de Juguetes de Madrid- ACOJUM- COPYME.

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

Requisitos relativos a los productos

3.1. Seguridad

Todo vendedor tiene el deber de distribuir sólo productos seguros, por lo que no suministrará productos cuando sepa, o debiera saber, por la información existente a su disposición y como profesional, que no cumplen tal requisito.

En particular, los juguetes que se distribuyan han de cumplir los requisitos esenciales de seguridad y no comprometer la seguridad y/o la salud de los usuarios o de terceros cuando se utilicen para su destino normal o conforme a su uso previsible, teniendo en cuenta el comportamiento habitual de los niños. Para ello, el comerciante deberá ofrecer a sus clientes juguetes con el marcado “CE”, que simboliza la conformidad de un producto con los requisitos de seguridad.

3.1.1. Marcado “CE”

- Los juguetes que se comercialicen llevarán el marcado “CE”.
- El marcado “CE” es una declaración formal del fabricante de que el producto es conforme con todos los requisitos comunitarios y de que se han llevado a cabo sobre dicho producto los procedimientos de evaluación de la conformidad que le son de aplicación, de forma que asume la plena responsabilidad al respecto.
- El marcado “CE ”:
 - Debe aparecer visible, legible e indeleble en el juguete, o bien en una etiqueta pegada o en el envase.
 - En juguetes de tamaño reducido y de juguetes compuestos de partes pequeñas, el marcado “CE” podrá aparecer en una etiqueta o en un folleto adjunto.
 - Si no fuera posible desde el punto de vista técnico, la colocación del marcado “CE” en el caso de los juguetes vendidos en expositores de mostrador, cuando



el expositor se utilizase originalmente como envase de los juguetes, el marcado “CE” se colocará en el expositor del mostrador.

- Si el marcado “CE” no es visible desde el exterior del embalaje, caso de haberlo, se colocará como mínimo en el embalaje.
- Podrá ir seguido de un pictograma o de cualquier otra marca que indique un riesgo o uso especial.
- Los juguetes que no lleven marcado “CE” o que de otro modo no cumplan con la normativa aplicable en materia de seguridad de los juguetes podrán figurar en ferias de muestras y exposiciones, a condición de que vayan acompañados de un signo que indique claramente que no lo cumplen y no se comercializarán hasta que no sean conformes.

3.1.2. Advertencias

Advertencias e indicaciones de las precauciones de uso o manejo:

Para facilitar unas condiciones seguras de uso los juguetes deben añadir una serie de advertencias.

ADVERTENCIAS GENERALES

Cuando introduzcan los juguetes en el mercado los fabricantes se asegurarán de que se han diseñado y fabricado de conformidad con los requisitos particulares de seguridad y con las restricciones respecto al usuario establecidas legalmente, incluirán al menos la edad mínima o máxima de los usuarios de los juguetes y, en su caso, su capacidad y peso máximo o mínimo, así como la necesidad de asegurarse de que el juguete se utilice únicamente bajo la supervisión de adultos.

ADVERTENCIAS ESPECÍFICAS E INDICACIONES DE PRECAUCIÓN POR CATEGORÍAS DE JUGUETES

CATEGORÍAS DE JUGUETES	ADVERTENCIAS ESPECÍFICAS E INDICACIONES DE PRECAUCIONES
Juguetes no destinados a niños menores de treinta y seis meses	Llevarán una advertencia, por ejemplo, «No conviene para niños menores de 36 meses», «No conviene para niños menores de tres años» o una advertencia con el pictograma siguiente:

Juguetes de actividad	«Solo para uso doméstico». Deberán proporcionarse también instrucciones sobre la forma correcta de montarlos, con indicación de las partes que puedan resultar peligrosas en caso de montaje incorrecto. Se indicará específicamente la superficie adecuada.
Juguetes funcionales	«Utilícese bajo la vigilancia directa de un adulto». Acompañados de instrucciones de uso en las que se indiquen las precauciones que deberá adoptar el usuario, advirtiéndole de que en caso de omisión de dichas precauciones se expondrá a los peligros -que deberán especificarse- propios del aparato o producto del que el juguete constituye un modelo a escala o una imitación. Se indicará también que el juguete debe mantenerse fuera del alcance de los niños menores de una edad determinada edad que decidirá el fabricante.
Juguetes químicos	Exhibirán en sus embalajes la siguiente advertencia: «No conviene para niños menores de (*) años. Utilícese bajo la vigilancia de un adulto». Las instrucciones de uso de los juguetes que contengan sustancias o mezclas peligrosas por naturaleza advertirán de su peligrosidad e indicarán las precauciones que deberán adoptar los usuarios para evitar los peligros que entrañan, que deberán especificarse de manera concisa en función del tipo de juguete. Se mencionarán también los primeros auxilios que deban administrarse en caso de accidentes graves que pueda provocar el uso de dichos juguetes. Se indicará también que el juguete debe mantenerse fuera del alcance de los niños menores de una edad determinada, edad que decidirá el fabricante. En (*) se indicará la edad que decida el fabricante
Patines, patines de ruedas, patines en línea, monopatines, patinetes y bicicletas de juguete para niños (cuando se vendan como juguetes)	«Conviene utilizar equipo de protección. No utilizar en lugares con tráfico». Las instrucciones de uso recordarán que el juguete debe utilizarse con prudencia, para evitar caídas o choques que provoquen lesiones al usuario o a otras personas. Se dará también alguna indicación sobre el equipo de protección recomendado (casco, guantes, rodilleras, coderas, etc.).
Juguetes destinados a utilizarse en el agua	«Utilizar solo en agua donde el niño pueda permanecer de pie y bajo vigilancia de un adulto».
Juguetes en alimentos	«Contiene un juguete. Se recomienda la vigilancia de un adulto».
Juguetes que imitan máscaras y cascos protectores	«Este juguete no ofrece protección».
Juguetes destinados a ser suspendidos encima de una cuna, un parque o un cochecito para bebés por medio de cordones, cuerdas, elásticos o correas	«Para evitar posibles daños por estrangulamiento, este juguete debe retirarse cuando el niño empiece a intentar levantarse valiéndose de manos y rodillas». (En el embalaje y en el juguete)
Embalaje para juegos de mesa olfativos, kit de cosméticos y juegos gustativos	El embalaje de estos que contengan determinadas fragancias tendrá la siguiente advertencia: «Contiene fragancias que pueden causar alergias»

3.1.3. Requisitos esenciales de seguridad y Red de Alerta

Los juguetes deben cumplir los requisitos esenciales de seguridad durante su período de uso previsible y normal, tanto aquellos que se exigen con carácter general, como los requisitos particulares de seguridad, quedando prohibida la comercialización de aquellos que no los cumplan.

a) Requisitos generales de seguridad:

Los juguetes, incluidas las sustancias químicas que contengan, no comprometerán la seguridad ni la salud de los usuarios ni de otras personas cuando se utilicen para su destino normal o conforme a su uso previsible, teniendo en cuenta el comportamiento de los niños. Se tendrá en cuenta la capacidad de los usuarios y, en su caso, de sus supervisores, especialmente en el caso de los juguetes que se destinen al uso de niños menores de 36 meses o de otros grupos de edad específicos.

Irán acompañados de las etiquetas que contengan las advertencias e instrucciones correspondientes, las cuales deberán alertar a los usuarios o a sus supervisores de los peligros inherentes a éstos y los riesgos de daños que entrañe su uso, así como indicar la forma de evitarlos.

b) Requisitos particulares de seguridad:

Estos requisitos hacen referencia a las propiedades físicas y mecánicas de los juguetes, a su inflamabilidad; a las propiedades químicas, eléctricas y radioactivas y a las relativas a su higiene. Figuran en el Anexo II del Real Decreto 1205/2011, de seguridad de los juguetes.

- En relación con sus propiedades químicas ha de tenerse en cuenta que si el juguete es una sustancia o mezcla deberá ser también conforme al Real Decreto 363/1995, al Real Decreto 255/2003, por el que se aprueba el Reglamento sobre clasificación, envasado y etiquetado de preparados peligrosos y al Reglamento (CE) nº 1272/2008 del Parlamento Europeo. Por esta razón, en los Apéndices del Anexo II del Real Decreto 1205/ 2011 se prevén extremos importantes sobre el listado de sustancias CMR (carcinógenas, mutagénicas y tóxicas, en el apéndice A), sobre calendario de aplicación del Reglamento (CE) 1272/2008 a las sustancias y mezclas (ap. B) y sobre valores límite específicos para productos químicos en juguetes para niños menores de 36 meses o en juguetes destinados a llevarse a la boca (ap. C). En el punto 11 del apartado de propiedades químicas aparece el listado de fragancias alergénicas que no deben contener los juguetes.

- En el Anexo II hay un conjunto de propiedades de Higiene previstas para los juguetes. Con ocasión de la pandemia por COVID- 19, es importante tener en cuenta que:

1. Los juguetes deberán diseñarse y fabricarse de manera que satisfagan las condiciones de higiene y limpieza para evitar todo riesgo de infección, enfermedad y contaminación.
2. Los juguetes destinados a niños menores de treinta y seis meses deberán diseñarse y fabricarse de forma que puedan limpiarse. Un juguete textil será lavable con este fin, excepto si contiene un mecanismo que pueda dañarse si se moja al lavarse. Los juguetes deberán seguir cumpliendo los requisitos de seguridad después de haber sido limpiados con arreglo a las disposiciones del presente punto y a las instrucciones del fabricante.

Además de los requisitos de higiene que deben reunir los juguetes, que deben extremarse con ocasión de la pandemia por COVID-19 ocurrida recientemente, es muy importante que en el ejercicio de su actividad, se cumplan las medidas necesarias para garantizar la seguridad e higiene de su establecimiento mediante el cumplimiento de la normativa surgida al respecto orientada hacia la prevención y contención de la misma, especialmente en lo relativo a normas de aforo, desinfección, prevención y acondicionamiento que impongan las Administraciones competentes.

A este respecto se recomienda consultar periódicamente la página web de cada Administración. Así, a través de la página web del Ayuntamiento de Madrid (madrid.es) se puede acceder a una “Información sobre el COVID-19 de la Comunidad de Madrid”.

c) Red de Alerta

Es el sistema estatal de intercambio rápido de información, en forma de red, integrado 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.

En caso de riesgo los órganos administrativos competentes deberán efectuar la correspondiente notificación al Ministerio de Consumo, a través de la Dirección General de Consumo, salvo que consideren que el riesgo tenga efectos limitados a su propio territorio y no se prevea que pueda ser de interés para el resto, siendo el órgano administrativo notificante el responsable de toda la información proporcionada.

3.1.4. Obligaciones del vendedor en materia de seguridad

1.- Antes de comercializar un juguete el vendedor se asegurará de que:

- Lleva la marca de conformidad requerida (Marcado “CE”).
- Va acompañado de los documentos, de las instrucciones y de la información relativa a la seguridad al menos en castellano.
- El fabricante y el importador han respetado los requisitos que en materia de seguridad de los juguetes les son exigibles (nº de lote, tipo, serie, nombre comercial o marca registrada, dirección contacto, según se refiere en el apartado de obligaciones del vendedor que actúa como fabricante o importador que figura en la página siguiente).

2.- Si considera o tiene motivos para creer que un juguete no cumple los requisitos esenciales de seguridad solo podrá proceder a su comercialización tras hacerlo conforme, de acuerdo a los requisitos de seguridad que estable la legislación en esta materia.

3.- Cuando el juguete presente un riesgo, el distribuidor informará al fabricante y a la autoridad de vigilancia del mercado correspondiente.

4.- Mientras sean responsables del juguete los comerciantes deben asegurar que las condiciones de almacenamiento o transporte no comprometen el cumplimiento de los requisitos esenciales de seguridad.

5.- Los distribuidores que consideren o tengan motivos para pensar que un juguete que han comercializado no es conforme a la legislación comunitaria de armonización pertinente velarán para que se adopten las medidas correctoras necesarias para hacerlo conforme, retirarlo del mercado o, si procede, pedir su devolución. Además, cuando el juguete presente un riesgo, los distribuidores informarán inmediatamente de ello a las autoridades de vigilancia del mercado y darán detalles, en particular, sobre la no conformidad y las medidas correctoras adoptadas.

6.- Cooperación con la autoridad de vigilancia del mercado en cuanto a la seguridad de los productos puestos en el mercado, los vendedores deberán:

- Facilitar, previa solicitud motivada de una autoridad de vigilancia del mercado, toda la información y documentación necesarias para demostrar la conformidad del juguete en una lengua fácilmente comprensible para esa autoridad.
- Cooperar con la autoridad de vigilancia del mercado, a petición de la misma, en cualquier acción destinada a eliminar los riesgos que entrañen los juguetes que hayan comercializado.

- Mantener la documentación necesaria para averiguar el origen de los productos, en particular, la identidad de sus proveedores durante un plazo de 3 años desde que se agotaron las existencias de los productos y proporcionar dicha documentación a la autoridad de vigilancia del mercado.

Obligaciones del vendedor que actúa como fabricante o importador:

Si el distribuidor introduce un juguete en el mercado con su nombre o marca comercial o modifica un juguete ya introducido en el mercado de manera que pueda afectar al cumplimiento de los requisitos aplicables, se considerará fabricante y, por tanto, le serán exigibles las obligaciones previstas para este último. En concreto, el distribuidor deberá:

- Asegurar que los juguetes han sido diseñados y fabricados de conformidad con los requisitos esenciales de seguridad.
- Elaborar un expediente del producto con todos los datos o detalles de los medios utilizados para asegurar que los juguetes cumplen todos los requisitos de seguridad.
- Aplicar el procedimiento de evaluación de la conformidad para demostrar que el juguete cumple los requisitos esenciales de seguridad.
- Elaborar una declaración CE de conformidad en la que se afirme que se da cumplimiento a los requisitos esenciales de seguridad; y colocar el marcado CE.
- Conservar el expediente del producto y la declaración CE durante un período de diez años después de la introducción del juguete en el mercado.
- Asegurar que existen procedimientos para que la producción en serie mantenga su conformidad.
- Asegurar que sus juguetes llevan un número de tipo, lote, serie o modelo y otro elemento que permita su identificación, o, si el tamaño o la naturaleza del juguete no lo permite, de que la información requerida figura en el embalaje o en el documento que acompañe al juguete.
- Indicar su nombre, su nombre comercial registrado o marca comercial registrada y su dirección de contacto en el juguete o, cuando no sea posible, en su envase o en documento que acompañe al juguete, indicando un punto único de contacto.
- Garantizar que el juguete vaya acompañado de las instrucciones y de la información relativa a la seguridad al menos en castellano.
- Si consideran o tienen motivos para pensar que un juguete que han introducido en el mercado no es conforme en materia de seguridad de los juguetes, adoptar

inmediatamente las medidas correctoras necesarias para hacerlo conforme, retirarlo o, si procede, pedir su devolución.

- Si el juguete presenta un riesgo, informar a la autoridad de vigilancia del mercado y se darán detalles, en particular, sobre la no conformidad y las medidas correctoras adoptadas.
- Facilitar toda la información y documentación necesaria a la autoridad de vigilancia del mercado a solicitud de ésta para demostrar la conformidad de un juguete en una lengua fácilmente comprensible para esa autoridad.
- A petición de la autoridad de vigilancia del mercado, cooperar con la misma en cualquier acción destinada a eliminar los riesgos que entrañen los juguetes que han introducido en el mercado.

Requisitos relativos al ejercicio de la actividad

3.2. Información precontractual

Antes de que un consumidor quede vinculado por un contrato u oferta, el empresario ha de facilitarle de forma clara y comprensible, salvo que resulte manifiesta por su contexto, información relevante sobre las características principales del contrato, especialmente las jurídicas y económicas. El art 60.2 del Texto refundido de la Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios (TRLGDCU, desde ahora) establece qué datos son relevantes, entre otros datos: la identidad social y fiscal del empresario/a, su dirección completa, el número de teléfono (obligatorio en la contratación tradicional, es decir, la presencial), las características principales del juguete (especialmente el etiquetado de seguridad, que se refiere en el epígrafe 3.1 de este Código), el precio total y los gastos adicionales que procedan (por entrega del artículo encargado, por ejemplo, o por el uso de determinados medios de pago), junto a los procedimientos de pago, entrega, tramitación de reclamaciones y sistema extrajudicial de conflictos al que se haya adherido el empresario, por ejemplo, el arbitraje de consumo.

El empresario adherido a una entidad acreditada para la resolución alternativa de conflictos de consumo –así como el adherido a un código de conducta que conlleve la obligación de facilitar su intervención, como es el caso del empresario que se adhiera a este código de buenas prácticas– informará sobre la posibilidad de recurrir a dicha entidad, identificando a la competente. Por ejemplo, en el caso de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, aparte de esta denominación, ha de indicar su dirección (C/ Príncipe de Vergara, 140, 28002, Madrid) y la de su página web (www.juntaarbitral@madrid.es). Esta información se ofrecerá de manera clara, e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web, debiendo constar también

en las condiciones generales de contratación. Si el empresario no dispusiera de sitio web o no existiera documentación relativa a las condiciones generales, el suministro de esta información se efectuará de cualquier manera que permita al consumidor su conocimiento, en particular a través de folletos informativos propios, carteles con la información en lugar accesible al consumidor o cualquier otra comunicación comercial.

El derecho de desistimiento es la facultad que tiene el consumidor para dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándolo a la otra parte en el plazo establecido para su ejercicio, sin necesidad de justificarse ni sufrir penalización alguna. Este derecho nace por atribución normativa o porque el comerciante, libremente, quiera reconocerlo. Esto es lo que ocurre cuando el empresario/a decide reconocer cambios o devoluciones: habrá de informar sobre el plazo y condiciones de su ejercicio, tanto en la oferta, promoción o publicidad, como en el momento en el que el consumidor solicite sus servicios. En todo caso, ha de distinguir entre los cambios o devoluciones que libremente decida para beneficiar al consumidor de aquellos que, ante una tara o defecto, le resulten obligatorios en aplicación de la normativa sobre garantía de los productos. Por esta razón la distinción entre cambios y devoluciones como forma de desistimiento y las que procedan en régimen de garantías (por ejemplo, cuando hay tara o defecto en el artículo) ha de informarse en todo momento, constando siempre en la factura o factura simplificada. En los casos de desistimiento de origen contractual el plazo mínimo para ejercer tal derecho no tiene por qué ser de 14 días naturales (plazo que reserva la normativa de consumo para los contratos celebrados a distancia o fuera de establecimiento comercial), pudiendo ser menor; si bien ha de especificarse con claridad, ya que si no se hiciera así sería de aplicación el plazo de catorce días naturales arriba indicado. Las condiciones en que procede devolver el producto serán fijadas e informadas por el comerciante antes de que la persona consumidora pueda beneficiarse de este derecho. Por esto toda cláusula relativa a este derecho será accesible antes de realizar la compra (lo que suele hacerse colocando carteles visibles en la sala de ventas). Al referirse a un elemento esencial del contrato su existencia y condiciones de ejercicio deben figurar también en el documento justificativo de la transacción, junto con el resto de datos de los que se informa en el epígrafe de este código que trata de las facturas y facturas simplificadas.

El empresario/a puede realizar cargos por la utilización de medios de pago (tarjetas de crédito o de débito), pero están supeditados al previo anuncio de los mismos, lo que conlleva la exhibición de los logotipos de las tarjetas admitidas. El consumidor debe pagar la cantidad por la que está anunciado el producto o servicio, pudiendo el empresario/a, si así lo publicita, cobrar además un importe por la utilización de este medio de pago. En tarjetas de débito puede cargar un 0.1% del valor de la operación, si ésta es inferior a 20 euros, y un 0.2% si es superior a esta cantidad, con un máximo de 7 céntimos por euro. Para tarjetas de crédito, estos porcentajes son el 0.2% y el

0.3% respectivamente, no habiendo importe máximo establecido. Asimismo, puede fijar una cantidad mínima para admitir el pago con tarjeta, siempre que así esté anunciado en el lugar donde se exhiben los logotipos de las tarjetas admitidas.

3.3. Actividades de promoción de ventas y ventas especiales

3.3.1. Ventas en promoción

Los juguetes en promoción no podrán estar deteriorados o ser de inferior calidad que los mismos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal. El comerciante que vaya a promocionar algún juguete puede adquirirlo con este simple fin.

Hay información que debe acompañar o preceder a la promoción y que habrá de figurar en sitio perfectamente visible del establecimiento en que se realice la promoción: los artículos objeto de promoción, las condiciones de venta, el periodo de vigencia de la promoción y la disposición de existencias suficientes para hacer frente a la oferta (para lo cual habrá un número de artículos razonablemente superior a los que se vende habitualmente cuando no están de promoción).

Si llegaran a agotarse durante la promoción las existencias de alguno de los juguetes ofertados, el comerciante podrá prever el compromiso de la reserva del artículo seleccionado durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si el comprador no estuviese conforme con dicha medida o transcurriese el plazo de la reserva sin que el comerciante hubiese podido atender la demanda, el artículo solicitado deberá sustituirse por otro de similares condiciones y características, y al mismo precio.

Las actividades de promoción pueden simultanearse en el mismo establecimiento, salvo las liquidaciones. Si ocurre así, han de separarse de forma suficiente las diferentes actividades de promoción, informándose debidamente.

3.3.2. Ventas con obsequio

Durante el período de oferta de venta con obsequio queda prohibido modificar al alza el precio, así como disminuir la calidad del juguete.

El número de existencias con las que cuenta el comerciante para hacer frente a la obligación de entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el establecimiento a disposición del público. El ofrecimiento también puede hacerse en los envases de los artículos.

Los productos o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra, o en plazo máximo de dos meses, a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos y éste, en su caso, lo solicitara. Si el ofrecimiento figura en los envases, la prima podrá hacerse efectiva durante los tres meses siguientes a la fecha de finalización de la promoción.

3.3.3. Ventas en rebajas

Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los períodos estacionales de mayor interés comercial, según el criterio de cada comerciante, que también decidirá la duración de cada período. Las fechas han de hacerse visibles en el interior y en el escaparate, de manera que se conozcan aunque esté cerrado el local.

Las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto al precio habitual el precio rebajado en cada juguete, tanto en el interior como en el escaparate. Los artículos rebajados han de haber estado incluidos en la oferta habitual durante un plazo mínimo de un mes, estando prohibido ofertar, como rebajados, artículos deteriorados.

En un establecimiento comercial no podrá anunciarse la venta en rebajas cuando la misma afecte a menos de la mitad de los artículos ofrecidos, sin perjuicio de que pueda anunciarse la de cada producto o artículo en concreto, así como la de artículos que pertenezcan a un mismo sector.

En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

3.3.4. Ventas de saldos

Los comerciantes podrán practicar la venta de saldos, que estarán debidamente señalizados y separados del resto de las promociones, anunciándose con esta denominación o con la de “venta de restos” e informándose de la duración de los mismos, teniendo en cuenta que, en caso de ser permanentes, ha de constar tal circunstancia.

Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados, deberá constar expresamente esta circunstancia de manera precisa y ostensible, de forma que puedan ser identificados por el consumidor. Pero no pueden venderse como saldos productos que supongan riesgo o engaño al consumidor.

La depreciación de los productos que se vendan como saldos se deberá al deterioro, desuso u obsolescencia, pero no al hecho de que sean excedentes de producción o temporada.

3.3.5. Ventas en liquidación

Los establecimientos del sector del comercio de juguetes que anuncien ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta. Cuando cese o se liquiden efectivamente los artículos a que afecta debe cesar la venta en liquidación.

La duración máxima de la venta en liquidación será de un año. No procederá efectuar una nueva liquidación para artículos similares a la anterior, en el mismo establecimiento, si no han transcurrido tres años, salvo en ejecución de decisión administrativa o judicial; o si hay un cese total de la actividad o causa de fuerza mayor.

No podrán ser objeto de liquidación los productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, y tampoco aquellos que fueran adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

3.4. Contratación a distancia

3.4.1. 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 TRLGDCU detalla estos datos, debiendo tenerse en cuenta algunas cuestiones referidas, sobre todo, al derecho de desistimiento: el empresario ha de utilizar el modelo A de documento informativo que aparece en el Anexo I del TRLGDCU, facilitando 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 artículos confeccionados siguiendo especificaciones del consumidor) 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 entre consumidor y empresario, por ejemplo, un nº de teléfono, una dirección de correo electrónico. Pero el Derecho de la Unión no impone en todo caso a un empresario que sólo 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.

3.4.2. 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 velar para que el consumidor confirme expresamente, en el momento de efectuar el pedido, que es consciente de que éste implica una obligación de pago.
- Si la realización de un pedido se hace activando un botón o una función similar, el botón o la función deberán 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 debe 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 (fax, 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.

3.4.3. 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 juguetes confeccionados conforme a especificaciones proporcionadas por el consumidor o claramente personalizados, o que por su naturaleza no puedan ser devueltos o se deterioren con rapidez.

Es obligatorio el envío del modelo B de formulario de desistimiento que figura en el correspondiente Anexo 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.

3.5. Horarios

En todos los establecimientos comerciales del sector deberá figurar el calendario y 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.

3.6. Precios

Los precios de los juguetes 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.

3.7. Facturas y otros documentos justificativos

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.

3.8. Publicidad

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

La publicidad dirigida a menores no se deberá inducir a error sobre las características de los productos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizarlos sin producir daño para sí o a terceros.

Queda prohibida la publicidad dirigida a menores que incite a la compra de un juguete o de un servicio, explotando su inexperiencia o credulidad, o en la que aparezcan persuadiendo de la compra a padres o tutores.

No se podrá presentar a los niños en situaciones peligrosas sin un motivo justificado, como puede ser la prevención de situaciones de inseguridad.

3.9. Garantías y ejercicios de derechos por el consumidor

3.9.1. Garantía legal

El distribuidor o vendedor está obligado a entregar al consumidor el juguete conforme al contrato de compraventa en cuanto a su descripción, cualidades, aptitud para el uso a que se destine, calidad y prestaciones habituales del mismo.

Cuando el juguete adquirido no sea conforme, el comprador podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del producto, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada.

A estos efectos se considera que la opción es desproporcionada cuando aquella que, en comparación con la otra, imponga al vendedor costes que no sean razonables (los gastos correspondientes a una forma de saneamiento son considerablemente más elevados que los correspondientes a la otra), teniendo en cuenta el valor que tendría el producto si no hubiera falta de conformidad, la relevancia de ésta y si la forma de saneamiento alternativa se pudiese realizar sin inconvenientes mayores para el consumidor y usuario.

La reparación o sustitución del producto deberá ser gratuita para el consumidor y realizarse en un plazo razonable sin inconvenientes para éste. Si concluida la reparación y entregado el producto éste sigue siendo no conforme al contrato, el consumidor podrá exigir su sustitución, salvo que esta opción resulte desproporcionada, la rebaja del precio o la resolución del contrato.

La rebaja del precio y la resolución del contrato procederán, a elección del consumidor, cuando éste no pudiera exigir la reparación o la sustitución y en los casos en que éstas no se hubieran llevado a cabo en plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor.

El consumidor deberá informar al vendedor de la falta de conformidad en el plazo de 2 meses desde que tuvo conocimiento de ella. El incumplimiento de dicho plazo no supondrá la pérdida del derecho al saneamiento, no obstante el consumidor responderá de los daños o perjuicios efectivamente ocasionados por el retraso en la comunicación.

El distribuidor responde de las faltas de conformidad durante los 2 años siguientes a la entrega, excepto en los productos de segunda mano en los que se podrá pactar un plazo menor, nunca inferior a un año. Salvo prueba en contrario, con carácter general, se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en los 6 meses posteriores a la entrega del juguete, ya existían cuando éste se entregó.

El comerciante está obligado a entregar al consumidor o usuario que ejercite su derecho a la reparación o sustitución:

- Justificación documental de la entrega del producto, en la que conste la fecha de entrega y la falta de conformidad que origina el ejercicio del derecho.
- Junto con el producto reparado o sustituido, justificación documental de la entrega en la que conste la fecha de ésta y, en su caso, la reparación efectuada.

La acción para reclamar la responsabilidad del vendedor prescribirá a los tres años desde la entrega del producto.

Cuando al consumidor y usuario le resulte imposible o le suponga una carga excesiva dirigirse frente al vendedor por la falta de conformidad de los productos con el contrato podrá reclamar directamente al productor con el fin de obtener la sustitución o reparación del producto.

3.9.2. Garantía comercial y servicio posventa

- Garantía comercial adicional

Se formalizará al menos en castellano y, a petición del consumidor, por escrito o en cualquier otro soporte duradero, directamente disponible para aquel, que sea accesible a éste y acorde con la técnica de comunicación empleada.

En ella se hará constar expresamente el juguete garantizado, el nombre y dirección del garante, expresando que la garantía no afecta a los derechos legales del consumidor, especificando qué derechos adicionales a los legales se conceden, con qué plazo y alcance territorial, refiriendo las vías de reclamación que caben. El plazo para reclamar es de 6 meses desde la finalización del plazo de esta garantía.

- Servicio posventa

En los productos de naturaleza duradera, como son los juguetes, el consumidor y usuario tendrá derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse.

Queda prohibido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones y cargar por mano de obra, traslado o visita cantidades superiores a los costes medios estimados en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los

distintos conceptos. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

El plazo para ejercitar la acción o derecho de recuperación de los productos entregados por el consumidor y usuario para su reparación es 3 años a partir del momento de la entrega.

3.10. Responsabilidad civil por juguetes defectuosos

Al usuario de un juguete o a cualquier perjudicado que haya sufrido daños causados por el juguete se le reconoce el derecho a ser indemnizado por los daños y perjuicios ocasionados, sean personales, incluida la muerte, o 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 (por ejemplo, por 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 juguetes que haya introducido en el mercado, siéndole de aplicación las reglas anteriores de responsabilidad civil.

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, y demás que carezcan de establecimientos o locales abiertos al público deben disponer de las hojas de reclamaciones en el domicilio social o fiscal ubicado en la Comunidad de Madrid, debiendo hacer constar esta circunstancia en los lugares o en los soportes en los que se realice la oferta.

Las hojas de reclamaciones serán facilitadas cuando no haya conformidad con el servicio correspondiente, el precio cobrado o cualquier otra controversia surgida al respecto. Si no fueran entregadas, se puede solicitar la presencia de la Policía Municipal a los efectos de que haya constancia de la negativa.

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

Con independencia de esa forma de reclamar o denunciar dejando constancia ante la Administración competente, la normativa general de consumo establece como obligación esencial de cualquier prestador de servicios la de disponer de un servicio de atención al cliente que facilite información o permita la presentación de reclamaciones y quejas al consumidor, 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 estos 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 a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho de la operadora de telecomunicaciones al cobro por este tipo de servicio.

Se dará respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación.

Cuando una reclamación presentada directamente al empresario adherido a este Código y, por lo tanto, al Sistema Arbitral de Consumo, no haya podido ser resuelta, 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.

Otros requisitos legales

3.12. Protección de datos

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

Para aplicar la normativa de protección de datos en su establecimiento el titular tiene a su disposición documentos y herramientas digitales elaboradas por la Agencia Española de 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.
- “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”.

Si en el curso de su actividad, los establecimientos recabaran datos de menores de edad, deberán asegurarse de que las cláusulas de información relativas a dichos tratamientos son inteligibles por el público al que van dirigidas, debiendo en todo caso obtener el consentimiento previo de los tutores legales en el caso de menores de 14 años.

3.13. Gestión de residuos

El distribuidor deberá separar los residuos en distintas fracciones con el fin de que su posterior recogida y gestión sea la adecuada.

Teniendo en cuenta la actividad desarrollada, los residuos más frecuentemente generados por los comercios de juguetes serán:

- Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE): (juguetes eléctricos como coches, trenes, ordenadores, videoconsolas, etc.):

- Estos juguetes van marcados con el siguiente símbolo:



- El vendedor está obligado a recoger de forma gratuita los juguetes eléctricos y electrónicos que le sean entregados por el consumidor cuando éste adquiera uno nuevo de tipo equivalente o que realice las mismas funciones que el aparato que se desecha. Las instrucciones de los AEE deberán indicar que antes del depósito de los RAEE en las instalaciones de recogida de estos, deberán extraerse las pilas y ser depositadas separadamente para su adecuada gestión. Se prevé la recogida separada, al menos gratuitamente, de RAEE por parte de las Entidades Locales; siendo la existencia de puntos limpios, fijos o móviles, una opción al alcance de la entidad. El Ayuntamiento de Madrid dispone de puntos fijos y móviles donde se pueden entregar determinados residuos eléctricos y electrónicos, pudiéndose encontrar indicaciones sobre su recogida y ubicación en la página web (www.madrid.es).

- Pilas y acumuladores:

- Solo podrán ponerse en el mercado las pilas, acumuladores y baterías que reúnan todas las condiciones exigidas en la normativa aplicable, en concreto, en el Real Decreto 106/2008, de 1 de febrero, de pilas y acumuladores y la gestión ambiental de sus residuos.
- Las pilas y acumuladores deberán incluir en su etiquetado el marcado correspondiente a dos símbolos, uno relativo al contenido de materiales pesados (símbolo químico correspondiente al mercurio (Hg), Cadmio (Cd) o Plomo (Pb) y otro indicativo a su recogida por separado (contenedor de basura tachado por un aspa).
- Los distribuidores están obligados a aceptar en el momento de suministrar pilas y acumuladores, la devolución de los usados sin cargo alguno para el consumidor.
- En el caso de puntos de recogida selectiva ubicados en los establecimientos de los distribuidores, éstos están obligados a aceptar el retorno de las pilas y acumuladores portátiles usados sin coste para los consumidores sin que pueda exigirse la compra o adquisición de pilas o acumuladores portátiles nuevos.
- Los poseedores y usuarios finales de pilas, acumuladores o baterías usados pueden depositarlos gratuitamente en los puntos fijos y móviles de que dispone el Ayuntamiento de Madrid (www.madrid.es).

- Envases:
 - El comerciante deberá entregar los envases, incluidos los comerciales, de los juguetes en condiciones adecuadas de separación por materiales que permitan su reutilización y adecuada gestión.
 - Desde 1.7. 2018 se prohíbe la entrega gratuita de bolsas de plástico, debiendo cobrar el vendedor por cada bolsa de plástico ligera que entregue. Se exceptúan las bolsas de plástico muy ligeras. A partir de 1.1.2020 están prohibidas las bolsas de plástico fragmentables. Las de plástico grueso deben contener un 50% de plástico reciclado. Desde 1.1. 2021 se prohíbe la entrega a la clientela, gratuita o no, de bolsas ligeras y muy ligeras que no sean compostables.

4. Compromisos de actuación

Sin perjuicio del cumplimiento de todos los requisitos establecidos legalmente, los establecimientos que se adhieran al presente Código de Buenas Prácticas asumen los siguientes compromisos de actuación:

4.1. En materia de consumo

- **Aceptarán el Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución extrajudicial de los conflictos surgidos entre los consumidores** o usuarios y las empresas o profesionales en relación a 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. Las características esenciales de este sistema son 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 juguetes”).
- Asimismo, **mantendrán a disposición del público, cualquier otro material divulgativo facilitado por las Administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas.** 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.
- Mediante carteles u otros medios informativos **efectuarán a los usuarios recomendaciones sobre la conveniencia de guardar la publicidad**, ya que

tiene 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 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. **Aualmente, 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

- **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 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.**
- **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, del juguete más adecuado. Para ello:

- Ofrecerán al consumidor toda la información de que dispongan como profesionales del sector juguetero, poniendo a su disposición guías editadas referentes a clasificaciones de juguetes, juguetes recomendados según edades, y otras publicaciones consensuadas por órganos competentes en la materia.
 - Proporcionarán información sobre el marcado “CE” y lo que ello implica.
 - Realizarán demostraciones, a petición del cliente o siempre que se considere necesario.
 - Informarán al consumidor de forma precisa y veraz, con carácter previo a la compra sobre las condiciones de venta, garantía de los juguetes, servicios posventa y sistema arbitral.
- **Ante la petición de un juguete 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 juguete, poniendo a disposición del cliente otro de características muy similares o proponiendo pedir el juguete solicitado a la central de distribuciones, haciendo todo lo posible para que el juguete esté a disposición del cliente en el menor plazo.
 - **Debido a la estacionalidad característica de la demanda de juguetes (Navidades, fin del curso escolar, etc.), se realizarán previsiones periódicas sobre las necesidades** de productos atendiendo a demandas adicionales en el proceso de venta (capacidad del almacén, personal, compromisos del servicio, etc.).
 - **El comerciante se compromete a no distribuir juguetes que sean copia de marcas registradas o que por su nombre induzcan a error sobre la marca.**
 - **Se revisará periódicamente el estado de los juguetes y sus envases que así lo precisen, retirando aquellos que muestren cualquier signo de deterioro.**
 - **En la contratación presencial se reconoce un plazo de 15 días hábiles para el ejercicio de un derecho contractual de desistimiento con el que atender las solicitudes de “cambios y devoluciones” de juguetes que se presenten sin desembalar, 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.
 - **La publicidad disponible en su establecimiento respetará la capacidad crítica, de discernimiento y valoración limitada de los niños**, empleando mensajes sinceros y precisos, que no induzcan a error ni exploten la capacidad imaginativa del menor. Se procurará influir positivamente en la educación y formación infantil, incentivando valores sociales y éticos, como la amistad,

generosidad, solidaridad, justicia, igualdad, los juguetes no sexistas, protección del medio ambiente, etc.

4.3. Instalaciones y personal

- Como establecimientos de uso público **facilitarán, en la medida de lo posible, el acceso a los mismos a las personas en situación de limitación o movilidad reducida (rampas de acceso...), con independencia del cumplimiento de las medidas de accesibilidad que sean obligatorias o requieran las Administraciones Públicas.**
- **Si los clientes no pueden pasar al establecimiento con productos o bolsas, se facilitará un lugar seguro para su depósito.**
- **Ordenarán los juegos y material didáctico en su establecimiento, de modo que facilite la búsqueda y elección** por parte de los compradores interesados, por edades y tipos de juego, tomando como referencia la siguiente clasificación:
 - De ejercicio (sensoriales, motores y manipulativos).
 - Simbólicos (aquellos que estimulan la representación y la imitación del entorno).
 - De construcción (como puzzles, manualidades, construcciones, montajes, etc.).
 - Juguetes adaptados.
 - Otros juguetes.
- **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 las dudas que cualquier cliente pueda plantear.**
- **Las empresas prestarán especial atención a la formación continua y especializada de los empleados/as e involucrará al personal trabajador en el cumplimiento de este Código de Buenas Prácticas y, en particular, de los compromisos de actuación.**

4.4. Consumo sostenible

- **Colaborará en la ejecución de medidas generales de recogida selectiva de residuos, especialmente los provenientes de juguetes eléctricos y electrónicos,** para potenciar su reciclado, así como en las campañas específicas de prevención de residuos concretos desarrolle el Ayuntamiento –para lo que es aconsejable la consulta periódica en su página web (www.madrid.es)– u otras

Administraciones competentes. También fomentarán la utilización de papel reciclado para la elaboración de catálogos y folletos publicitarios.

- **El empresario facilitará información sobre la ubicación de puntos fijos y móviles, dependencias, mercadillos y recogida a domicilio donde pueden depositarse juguetes usados,** pudiendo encontrar esta información en la página web del Ayuntamiento (www.madrid.es, introduciendo en el buscador la expresión “puntos limpios”). Así mismo asociarán esa información a la relativa a la existencia de la plataforma municipal REMAD. Con esta denominación funciona en los puntos fijos del Ayuntamiento de Madrid una plataforma de intercambio gratuito de objetos como los artículos deportivos, además de libros, juguetes y muebles. De esta forma se reduce la generación de residuos e impulsa la economía circular a través de la reutilización de objetos usados (www.remad.es).
- **Contribuirán a la educación medioambiental del consumidor difundiendo mensajes que fomenten el consumo responsable de juguetes,** incorporando valores ecológicos y sociales en las decisiones de compra y uso de juguetes.
- **Exhibirán a la vista del público en su establecimiento juguetes que tengan el sello de comercio justo** o que por sus características (elaboración artesanal o semi-industrial, fomento de la identidad cultural de los pueblos, etc.) sean similares a éstos, en caso de disponer de ellos.
- **Adoptarán prácticas que promuevan la eficiencia energética** (optimización de la iluminación en los escaparates, seguimiento de iniciativas ambientales de ONGs como “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 juguetes 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 publicitar en la web (<http://www.madrid.es/consumo>) el listado de “Empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas en el municipio de Madrid”, adscrito a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, con 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.

7. Anexo I. Definiciones

Comercialización en el sector juguetero

Todo suministro, remunerado o gratuito, de un juguete para su distribución, consumo o uso, en el mercado comunitario en el transcurso de una actividad comercial.

Consumidor

Personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. Son también consumidores las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

Daño corporal, peligro y riesgo

Daño corporal es la lesión física u otro tipo de perjuicio para la salud, incluyendo los efectos para la salud a largo plazo. Conceptos asociados a él son los de peligro y riesgo.

Peligro es la posible causa del daño corporal.

Riesgo es la tasa probable de aparición del peligro causante del daño y de su gravedad.

Distribuidor

En base a la normativa de seguridad de juguetes es toda persona física o jurídica de la cadena de suministro, distinta del fabricante o el importador, que comercializa juguetes. Se entiende por fabricante la persona física o jurídica que fabrica o que manda diseñar o fabricar un juguete, y que lo comercializa con su nombre o marca comercial y por importador, la persona física o jurídica establecida en la Unión Europea que introduce un juguete de un tercer país en el mercado comunitario.

Todas las referencias realizadas, en materia de seguridad, en este Código a los vendedores de juguetes son aplicables a cualquier otro distribuidor.

Garantía comercial

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

Juguete

Producto diseñado o previsto, exclusivamente o no, para ser utilizado con fines de juego por niños menores de catorce años.

Hay categorías de juguetes (funcionales, de actividad, químicos, acuáticos, olfativos/gustativos y kit de cosméticos) cuyas definiciones aparecen en el art. 2 del Real Decreto 1205/2011, de 26.8.11, sobre seguridad de los juguetes, siendo especialmente importante en relación a ese conjunto de categorías el de advertencias que figura en su Anexo V.

No se consideran juguetes los productos que figuran en el Anexo I del Real Decreto, algunos de los cuales pueden ser usados por los niños. Por ejemplo, chupetes para bebés, lámparas atractivas para niños, consolas de juego, patinetes, etc. En sentido opuesto, resulta que la normativa sobre seguridad de los juguetes excluye su aplicación a los siguientes juguetes:

- a) Equipo de terrenos de juego destinado a un uso público.
- b) Máquinas de juego automáticas, funcionen o no con moneda, destinadas a un uso público.
- c) Vehículos de juguete equipados con motores de combustión.
- d) Motores de vapor de juguete.
- e) Hondas y tirachinas.

Marca

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

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

Productos de apariencia engañosa

Productos que sin ser alimenticios tienen una forma, un olor, un color, un aspecto, una presentación, un etiquetado, un volumen o un tamaño tales que sea previsible que los consumidores, en particular los niños, los confundan con productos alimenticios y por ello los lleven a la boca, los chupen o los ingieran, pudiendo esta acción implicar riesgos de asfixia, de intoxicación de perforación o de obstrucción del tubo digestivo.

Producto defectuoso

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

Producto seguro

Cualquier producto que en condiciones de utilización normales o razonablemente previsibles, incluida la duración, no presente riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos, compatibles con el uso del producto y considerados admisibles dentro del respeto de un nivel elevado de protección de la salud y de la seguridad de las personas, habida cuenta en particular, de los siguientes elementos:

- a) Características del producto, y entre ellas su composición, embalaje, instrucciones para su montaje y mantenimiento.
- b) Efecto sobre otros productos cuando razonablemente se pueda prever la utilización del primero junto con los segundos.
- c) Presentación del producto, etiquetado, instrucciones de uso y eliminación cuando sea necesario, así como cualquier otra indicación o información por parte del productor.
- d) Categorías de consumidores que estén en condiciones de mayor riesgo en la utilización del producto, en particular la infancia y la adolescencia.

La posibilidad de obtener niveles superiores de seguridad o de adquirir otros productos que representen menor grado de riesgo no será razón suficiente para considerar que un producto es «inseguro» o «peligroso».

Punto limpio

Los puntos limpios son instalaciones o vehículos de titularidad municipal destinados a la recogida selectiva de residuos urbanos de origen doméstico en los que el usuario deposita los residuos segregados para facilitar su valoración o eliminación posterior.

Residuo

Cualquier sustancia u objeto que su poseedor deseche o tenga la intención o la obligación de desechar. Son residuos urbanos/municipales los peligrosos y no peligrosos generados en los domicilios particulares, en los comercios, oficinas y servicios. Serán considerados como residuos urbanos los juguetes en cuya composición intervengan aparatos eléctricos o electrónicos a partir del momento en que pasan a ser residuos.

Tratamiento de datos

Cualquier operación o conjunto de operaciones realizadas sobre datos personales o conjuntos de datos personales, ya sea por procedimientos automatizados o no, como la recogida, registro, organización, estructuración, conservación, adaptación o modificación, extracción, consulta, utilización, comunicación por transmisión, difusión o cualquier otra forma de habilitación de acceso, cotejo o interconexión, limitación, supresión o destrucción.

Venta con obsequio

Aquella en que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de determinados artículos.

Venta de promoción

La que se usa para dar a conocer un nuevo producto o potenciar la venta de los existentes, el desarrollo de uno o más establecimientos, mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos homogéneos, por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales y no sea otro tipo específico de actividad de promoción.

Venta en rebajas

Aquella en que se ofertan artículos en el establecimiento donde se ejerce habitualmente la actividad a un precio inferior al fijado anteriormente. No hay rebajas si los productos están deteriorados o han adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Venta de saldos

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

Ventas en liquidación

La de carácter excepcional, finalidad extintiva de determinadas existencias de productos y que es anunciada con esta denominación u otra equivalente.

8. Anexo II. Marco jurídico aplicable

Con carácter general, el marco jurídico aplicable al comercio de juguetes está compuesto por las siguientes normas, con independencia de aquellas que las complementen, desarrollen, sustituyan o modifiquen:

ÁMBITO EUROPEO

- 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 (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.
- Reglamento (UE) 2019/1020 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de junio de 2019 relativo a la vigilancia del mercado y la conformidad de los productos y por el que se modifican la Directiva 2004/42/CE y los Reglamentos (CE) n° 765/2008 y (UE) n° 305/2011, que será aplicable a partir del 16 de julio de 2021. No obstante, los artículos 29, 30, 31, 32, 33 y 36 serán aplicables a partir del 1 de enero de 2021.

ÁMBITO ESTATAL

- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, que aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- 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 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
- Real Decreto 1205/2011, de 26 de agosto, de seguridad de los juguetes.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicio y su ejercicio.

- Ley 25/2009 de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el sistema arbitral de consumo.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, de consumidores y usuarios.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, de seguridad general de los productos.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad.
- Real Decreto 820/1990, de 22 de junio, por el que se prohíbe la fabricación y comercialización de productos de apariencia engañosa que pongan en peligro la salud o seguridad de los consumidores.
- Decreto 2061/1969, de 16 de agosto, por el que se regula la clasificación del juguete educativo y didáctico.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Ley 2/2012, de 12 de junio, de dinamización de la actividad comercial de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el reglamento de protección de los consumidores de Madrid.
- Ley 8/2009, de 21 diciembre, de medidas liberalizadoras y de apoyo a la empresa madrileña.
- Ley 1/2008, de 26 de junio, de modernización del comercio de la Comunidad de Madrid.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de residuos de Madrid.
- Decreto núm. 130/2002 de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29-4-1999 (LCM 1999\246), de comercio interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de comercio interior de Madrid.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de protección del consumidor de Madrid.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid (B.O.C.M. 15-04-2011).
- Ordenanza de Limpieza de los Espacios Públicos y Gestión de R (BOAM de 24- 03-2009).
- Instrucción 3/2002 sobre promoción de la accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas (BOAM de 12-12-2002).

9. Anexo III. Protocolo de autocontrol

Requisitos relativos a los productos (apartado 3 del CBP)	SI	NO
1. Las indicaciones que figuran en el etiquetado de los juguetes son claramente visibles y legibles, están al menos en castellano y no inducen a error al consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En el etiquetado de todos los juguetes a disposición de los consumidores figura:		
2. Marcado "CE".	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nombre, nombre comercial registrado o marca comercial registrada, así como la dirección de contacto del fabricante y, en su caso, del importador.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Edad mínima de uso así como instrucciones, en su caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Instrucciones de uso e información relativa a la seguridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿En caso de que sea necesario, está dispuesto a colaborar con el sistema RAPEX?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Se toman las debidas precauciones en relación con el almacenamiento y/o transporte del juguete para garantizar los requisitos esenciales de seguridad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Se conserva la documentación relativa al origen de los juguetes durante 3 años, tras agotar existencias?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Requisitos relativos al ejercicio de la actividad		
Información precontractual (apartado 3.2 del CBP)	SI	NO
9. Facilita, al menos, identificación empresarial y datos de contacto, características del juguete, precio total y gastos adicionales, así como adhesión al Sistema Arbitral de Consumo y CBP.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Actividades de promoción de ventas y ventas especiales (apartado 3.3 del CBP)	SI	NO
<u>Ventas con obsequio:</u>		
10. El nº de existencias y las bases reguladoras están a disposición del público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Ventas en promoción:</u>		
11. Los productos no tienen deterioro ni son peores que los de venta ordinaria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Se anuncia el producto, las condiciones de venta y su periodo de vigencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Venta en rebajas:</u>		
13. Las fechas se exhiben en sitio visible al público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Se exhibe conjuntamente el precio anterior y el rebajado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Los productos han sido incluidos en oferta ordinaria durante mínimo de un mes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Venta de saldos:</u>		
16. Está señalizada y separada del resto de promociones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Si se ofrecen artículos deteriorados consta expresamente esta circunstancia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratación a distancia (apartado 3.4 del CBP)	SI	NO
18. Informa previamente sobre su identidad y domicilio, características del producto, precio completo, gastos adicionales, derecho de desistimiento (14 días naturales), pago y reclamación, siendo accesible el clausulado general antes del pedido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Se confirma esa información y el consentimiento en papel u otro soporte duradero después de haber contratado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Precios (apartado 3.6 del CBP)	SI	NO
20. El PVP total figura en todo lo expuesto en el interior y en el escaparate.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facturas (apartado 3.7 del CBP)	SI	NO
21. Se expiden y se entregan siempre facturas o facturas simplificadas (tiques).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Constan al menos: identificación social y fiscal, domicilio, teléfono, precio total, tipo impositivo o mención al IVA, plazo y condiciones de cambios y devoluciones reconocidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publicidad (apartado 3.8 del CBP)	SI	NO
23. No explota la inexperiencia del menor ni le sitúa en situación peligrosa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garantías (apartado 3.9 del CBP)	SI	NO
24. Responde durante 2 años por faltas de conformidad manifestadas en ese plazo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Repara o sustituye el producto, o se rebaja el precio o devuelve, según proceda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente (apartado 3.11 del CBP)	SI	NO
26. Hay hojas de reclamación y cartel oficial anunciador en lugar visible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Facilita dirección postal, de correo electrónico y teléfono para informar y reclamar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros requisitos legales		
Protección de datos (apartado 3.12 del CBP)	SI	NO
28. Su tratamiento se adecúa al Reglamento 2016/679 y a la Ley Orgánica 3/2018.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DEL COMERCIO DE JUGUETES

Una de las principales líneas estratégicas del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, desarrollada a través de la Dirección General del Instituto Municipal 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.

