



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

cm

CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS

en el sector del comercio de **muebles**



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, Hacienda y Empleo.

Miguel Ángel Redondo Rodríguez.

Delegado del Área de Gobierno de 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 muebles, 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. Información precontractual. Etiquetado y presentación de los bienes y servicios | 8 |
| 3.1.1. Requisitos de información generales comunes a todos los productos..... | 11 |
| 3.1.2. Requisitos específicos que han de reunir los muebles por su condición de productos industriales | 11 |
| 3.1.3. Muebles destinados a menores de cinco años..... | 13 |
| 3.1.4. Muebles de cocina | 14 |
| 3.1.5. Muebles recubiertos con material textil..... | 14 |
| 3.1.6. Muebles recubiertos con piel, cuero y pieles curtidas | 15 |
| 3.1.7. Etiqueta ecológica comunitaria | 15 |
| 3.1.8. Etiqueta de madera certificada..... | 17 |
| 3.1.9. Etiqueta del mueble artesano | 19 |
| 3.2. Seguridad y alerta | 19 |
| 3.3. Actividades de promoción de venta..... | 20 |
| 3.3.1. Ventas en promoción..... | 21 |
| 3.3.2. Ventas con obsequio | 21 |
| 3.3.3. Ventas en rebajas..... | 22 |
| 3.3.4. Ventas en saldos..... | 22 |
| 3.3.5. Ventas en liquidación..... | 23 |
| 3.4. Contratación..... | 23 |

| | |
|--|----|
| 3.4.1. Oferta comercial | 24 |
| 3.4.2. Contrato..... | 24 |
| 3.4.3. Entrega de bienes y suministro de contenidos o servicios digitales que no se presten en soporte material..... | 27 |
| 3.5. Contratación a distancia y fuera de establecimiento mercantil | 29 |
| 3.5.1. Información previa al contrato | 29 |
| 3.5.2. Contrato..... | 29 |
| 3.5.3. Derecho de desistimiento | 30 |
| 3.6. Horarios | 31 |
| 3.7. Garantías y servicios postventa | 31 |
| 3.7.1. Garantía legal..... | 31 |
| 3.7.2. Garantía comercial..... | 36 |
| 3.7.3. Servicio postventa | 37 |
| 3.7.4. Responsabilidad civil por muebles defectuosos | 37 |
| 3.8. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente | 38 |
| 3.9. Venta a plazos de muebles..... | 39 |
| 3.10. Crédito al consumo | 41 |
| 3.11. Precios..... | 43 |
| 3.12. Facturas y facturas simplificadas | 43 |
| 3.13. Publicidad..... | 44 |
| 3.14. Protección de datos | 45 |
| 3.15. Gestión de Residuos | 46 |
| 4. Compromisos de actuación..... | 48 |
| 4.1. En materia de consumo | 48 |
| 4.2. Prestación del servicio | 49 |
| 4.3. Instalaciones y personal..... | 51 |
| 4.4. Consumo sostenible y compromiso social | 52 |
| 5. Seguimiento de la aplicación del código | 53 |
| 6. Revisión y vigencia del código | 53 |
| 7. Anexo I. Definiciones..... | 54 |
| 8. Anexo II. Marco jurídico aplicable | 60 |
| 9. Anexo III. Protocolo de autocontrol..... | 63 |

Introducción

El presente Código de Buenas Prácticas en el Sector del Comercio de Muebles constituye la actualización del elaborado por el Área de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, en virtud del **Convenio de Colaboración de fecha 17 de marzo de 2015**, firmado con la Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos Mayoristas, Muebles de Cocina y Autónomos (ACEMA) y la Asociación de Empresarios de Comercio de Muebles de la Comunidad de Madrid (ASEMCOM).

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

Dicho Código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector del Comercio de Muebles** 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 que tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores, fomentar la compra y uso responsable de muebles, 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 Muebles y se garantizan unas correctas prácticas que redundan en una mayor protección de los derechos de los consumidores y en una compra ambiental y socialmente responsable.

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

1. Objetivo del código

Debido a la importancia que en la actualidad representa el comercio de muebles 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 de muebles que presten, con carácter principal, sus servicios en este sector 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 las asociaciones que firmaron el citado Convenio de Colaboración o a cualquier otra.

3. Requisitos legales aplicables al sector

3.1. Información precontractual. Etiquetado y presentación de los bienes y servicios

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.

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

Es relevante, entre otros datos, la información sobre la identidad social y fiscal del empresario/a, su dirección completa, número de teléfono (obligatorio en la contratación tradicional, es decir, la presencial), las características principales del mueble (especialmente el etiquetado, que se describirá a continuación), el precio total y los gastos adicionales que procedan (por entrega del mueble 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.madrid.es/consumo, espacio Junta Arbitral de Consumo), dirección de correo electrónico: 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.

Es importante tener en cuenta que el precio, además de completo, ha de ser determinable en el caso de que no se pueda precisar con exactitud antes de contratar. Es frecuente en este sector la confección de muebles a medida: si no se puede facilitar un precio claramente determinado en ese momento, habrá de precisarse la base de cálculo o indicarse la necesidad de realizar un presupuesto previo.

Así mismo, hay que tener en cuenta los procedimientos de pago, entrega, ejecución y un dato tan importante en este sector como es la fecha en que el vendedor se compromete a entregar el mueble o a ejecutar un servicio contratado, como puede ser la instalación del mismo.

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 mueble) ha de informarse en todo momento, constanding 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 adicionales derivados del uso de tarjetas de crédito y débito si surgen tasas de intercambio y de descuento (véanse las definiciones en el Apéndice I) al utilizar el consumidor un terminal de punto de venta (TPV), con independencia del canal de comercialización dispuesto (físico y tradicional o vinculado 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.

Etiquetado

A continuación se detallan, por un lado, los requisitos obligatorios de información que deben incorporar los muebles en su etiquetado y, por otro, aquellos de naturaleza voluntaria.

Con respecto a los de naturaleza obligatoria, se incluyen, en primer lugar, los requisitos genéricos de información que deben incorporarse a cualquier tipo de producto (apartado 3.1.1). Así mismo, se recogen los requisitos específicos que han de reunir los muebles por su condición de producto industrial (apartado 3.1.2) y los relativos a determinados tipos concretos de muebles: los destinados a niños menores de 5 años (apartado 3.1.3), los muebles de cocina (3.1.4) y los muebles tapizados, ya con textil (3.1.5), ya con piel, cuero y pieles curtidas (3.1.6). Por lo que se refiere a los de carácter voluntario, se incluye la información relativa al etiquetado ecológico comunitario (apartado 3.1.7) a las maderas certificadas (apartado 3.1.8) y a la etiqueta de mueble artesano de la Comunidad de Madrid (3.1.9).

3.1.1. Requisitos de información generales comunes a todos los productos

Sin perjuicio de las exigencias concretas que se refieren posteriormente y de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, se prestará especial atención a las personas consumidoras vulnerables. En todo caso los muebles puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán incorporar, acompañar o, en último caso, permitir de forma clara y comprensible, información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales. Tienen este carácter, las siguientes:

- Nombre y dirección completa del productor.
- Naturaleza, composición y calidad.
- Instrucciones o indicaciones para su correcto uso, así como la correcta gestión de sus residuos, advertencias y riesgos previsibles.

El etiquetado y presentación de los muebles y las modalidades de realizarlo deberán ser de tal naturaleza que no induzcan a error al consumidor y usuario, especialmente:

- Sobre sus características y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.
- Atribuyendo al mueble efectos o propiedades que no posea.
- Sugiriendo que el mueble posee características particulares, cuando todos los muebles similares posean estas mismas características.

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

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

En el siguiente cuadro se recogen los datos mínimos exigibles que necesariamente deberán figurar en el etiquetado de los muebles que lleguen al consumidor en tanto que **productos industriales** (se excluyen los productos artesanos) a fin de asegurarle una información suficiente.

Los electrodomésticos que se puedan vender respetarán el etiquetado general de todo producto industrial y el específico de eficiencia energética que se recoge en el Reglamento 2017/1369. Desde 1 de marzo de 2021 el etiquetado energético vuelve a una escala de siete clases de eficiencia, que van de la A a la G, habiendo desaparecido las de A+, A++ y A+++.

En la clase A están los productos de mayor eficiencia energética y menor consumo, y en la G los de menor eficiencia energética y mayor consumo.

A partir de esa fecha las lavadoras, frigoríficos y congeladores, lavadoras, vinotecas, lavavajillas, lavasecadoras y pantallas electrónicas (incluidos los televisores y monitores) deben cumplir con este etiquetado, tanto si la venta se realiza en establecimientos físicos como si se efectúa por medios electrónicos.

El nuevo etiquetado entrará en vigor en septiembre de 2021 para las lámparas o bombillas y en 2022 para los aparatos de aire acondicionado y las secadoras.

CUADRO I. ETIQUETADO GENERAL DE MUEBLES COMO PRODUCTOS INDUSTRIALES

Nombre o denominación usual o comercial del producto.

Composición, con referencia a las distintas partes del mueble: estructura, revestimientos, rellenos, acabados, etc.

Plazo recomendado para su uso si se trata de muebles que por el transcurso del tiempo pierdan alguna de sus cualidades.

Características esenciales del mueble, instrucciones, advertencias, consejos o recomendaciones sobre instalación, uso y mantenimiento, manejo, manipulación, peligrosidad o condiciones de seguridad, en el caso de que dicha información sea necesaria para el uso correcto y seguro del producto (condiciones específicas de transporte y montaje, limpieza, uso, etc.).

Lote de fabricación, cuando el proceso de elaboración se realice en series identificables.

Identificación de la empresa (nombre o la razón social o la denominación del fabricante o del envasador o transformador o de un vendedor, establecidos en la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio).

Se deberá, además, indicar el lugar de procedencia u origen, en el caso de que su omisión pudiera inducir a error al consumidor, en cuanto el verdadero origen o procedencia del producto. Los productos importados de terceros países no firmantes del Acuerdo de Ginebra sobre obstáculos técnicos al comercio de 12 de abril de 1979, deberán hacer constar en su etiquetado el país de origen.

CUADRO II. REQUISITOS DE ROTULACIÓN

En relación a los datos obligatorios:

Todas las inscripciones a las que se ha hecho referencia deberán figurar, al menos, en castellano.

Los datos obligatorios del etiquetado deberán aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles por el consumidor, no pudiéndose usar abreviaturas, excepto para las unidades de las magnitudes físicas reseñadas, que se atenderán a lo que dispone la legislación oficial vigente.

Las etiquetas que contengan los datos obligatorios se situarán sobre el propio mueble o en su envase y de forma que sean perfectamente visibles por el consumidor o usuario.

Así mismo, los datos obligatorios podrán figurar en folletos o documentos que acompañen al mismo.

Los muebles que se suministren no envasados al consumidor deberán incorporar la información obligatoria, bien en etiqueta sobre el mismo, o bien en folleto o documento que acompañe a los mismos y que debe entregarse al comprador, salvo que las características del producto o su forma de comercialización no lo permitan, en cuyo caso se conservarán en poder del vendedor para permitir una correcta identificación del producto y suministrar la correspondiente información al consumidor que lo solicite.

3.1.3. Muebles destinados a menores de cinco años

Los muebles infantiles, especialmente diseñados para niños menores de cinco años, deberán suministrarse al usuario provistos de una etiqueta que, sin perjuicio de las exigencias derivadas de su legislación específica sobre etiquetado (apartado 3.1.2), permita identificar a su fabricante, para lo que se consignará en ella obligatoriamente:

- Que se trata de muebles para niños menores de cinco años.
- Número de Registro Industrial del fabricante español o número de Identificación Fiscal del importador, cuando se trate de muebles importados.
- Nombre, razón social o denominación y domicilio del fabricante, importador o vendedor.

3.1.4. Muebles de cocina

Puede haber muebles de cocina que tengan superficies fabricadas con materiales destinados a ser utilizados en contacto con alimentos o productos alimenticios. Esta es la razón por la que habrán de estar fabricados de conformidad con las buenas prácticas de fabricación para que, en las condiciones normales o previsibles de empleo, no transfieran sus componentes a los alimentos en cantidades que puedan representar un peligro para la salud humana, provocar una modificación inaceptable de la composición de los alimentos o una alteración de las características organolépticas de éstos.

El etiquetado de estos materiales se detalla en el artículo 15 del Reglamento (CE) nº 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004.

3.1.5. Muebles recubiertos con material textil

Los recubrimientos de muebles en los que al menos un 80 % de su peso esté constituido por componentes textiles se considerarán productos textiles. En su etiquetado figurará:

- Nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante o importador y, en todo caso, su domicilio.
- Para los productos textiles fabricados en España, el número de Registro Industrial del fabricante nacional y para los importados de países no pertenecientes a la Unión Europea y distribuidos en el mercado nacional el número de identificación fiscal del importador.
- Composición del material textil.

Las indicaciones o informaciones facultativas, tales como «símbolos de conservación», «inencogible», «ignífugo», «impermeable», etc., deben aparecer netamente diferenciadas.

La información más detallada sobre el etiquetado de productos textiles se puede encontrar en el Código de Buenas Prácticas en el Sector del Comercio Textil, al que se puede acceder en el sitio web del Ayuntamiento de Madrid (www.madrid.es/consumo), introduciendo en el buscador una expresión como “código buenas prácticas comercio textil” o similar.

3.1.6. Muebles recubiertos con piel, cuero y pieles curtidas

En estos muebles el etiquetado del material de recubrimiento no inducirá a error o engaño, especialmente sobre su verdadera naturaleza, siendo obligatoria esta información:

- Denominación del producto, de acuerdo con las definiciones contenidas en el artículo 2 del RD 769/1984 (piel, cuero, curtido y piel curtida para peletería); seguida de la especie animal de que proceda.
- Origen, si su omisión induce a error sobre la verdadera procedencia, figurando siempre en las importaciones desde países no pertenecientes a la UE.
- Datos de identificación y domicilio del responsable, similares a los indicados para los recubrimientos de textil y que aparecen en el art. 6 del RD 769/1984.

Las expresiones en idiomas extranjeros estarán acompañadas de las correspondientes versiones en lengua oficial del Estado Español, con caracteres del mismo tamaño o mayor que las palabras extranjeras, salvo las que por su uso generalizado estén incorporadas al léxico del consumidor español y permitan la perfecta identificación del producto.

3.1.7. Etiqueta ecológica comunitaria

La etiqueta ecológica de la UE solo podrá utilizarse en relación con los muebles que satisfagan los criterios de la etiqueta ecológica de la UE aplicables y para los cuales se haya concedido, pudiéndose utilizar tanto en los muebles como en el material.

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 Evaluación Ambiental Sostenibilidad y Cambio Climático, dependiente de la Consejería de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Sostenibilidad de la Comunidad de Madrid.

La etiqueta ecológica de la UE podrá utilizarse en los muebles para los que fue concedida y en el material promocional correspondiente.

El derecho a utilizar la etiqueta ecológica de la UE no incluirá la utilización de la misma como parte de una marca registrada, estando prohibida la publicidad falsa

o engañosa, así como la utilización de cualquier etiqueta o logotipo que pueda confundirse con la etiqueta ecológica de la UE.

El organismo competente comprobará de manera periódica que aquellos muebles a los que se haya concedido la etiqueta ecológica de la UE cumplen con los criterios y requisitos que les son exigidos según la normativa aplicable.

La etiqueta ecológica de la UE revestirá la forma reseñada a continuación, en su parte izquierda, siendo opcional la que aparece a la derecha. Si elige esta última en el texto del recuadro han de figurar tres de las declaraciones del Criterio 11 de la Decisión (UE) 2016/1332, de 28 de julio, que regula los criterios ecológicos para la concesión de etiqueta ecológica en el mobiliario. Las orientaciones para el uso de etiqueta opcional con recuadro de texto pueden consultarse en el sitio web siguiente:

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



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

EU Ecolabel: xxxx/yyyy/zzzzz

Con el mueble se presentará un único documento de Información al Consumidor, que recogerá diferentes aspectos detallados en el Criterio 10 de la Decisión (UE) 2016/ 1332. Algunos se refieren a la descripción del mueble y de los métodos indicados para deshacerse de él como residuo y de sus materiales o componentes (por ejemplo, el vidrio o algunos tipos de polímeros). También deben aparecer declaraciones (susceptibles de aplicación en el régimen de garantía legal del mueble) sobre condiciones de uso, no empleo de biocidas con efecto desinfectante y cumplimiento de normas, sean de seguridad contra incendios o de conformidad con las normas EN sobre Requisitos de Producto Final, que aparecen en el Criterio 9.1 (Idoneidad para el uso) y en el Apéndice IV (Durabilidad, resistencia y ergonomía) de la Decisión.

Así mismo, el Criterio 9 de la Decisión identifica otros aspectos relativos a la garantía comercial, suministro de piezas de recambio e instrucciones de montaje y desmontaje.

3.1.8. Etiqueta de madera certificada

Aunque la madera es un material fácilmente reciclable, en ocasiones puede provenir de bosques en los que se haya efectuado una gestión que suponga pérdida de la biodiversidad o, también, la causación de efectos perjudiciales en las poblaciones humanas de su entorno.

Por ello, surge la certificación forestal, cuyo propósito es el de hacer sostenible la gestión indicada; este es un objetivo que, por otra parte, puede ser valorado positivamente en el mercado de productos industriales que utilicen este tipo de maderas.

La madera sostenible será aquella obtenida y comercializada respetando no sólo las normas que resulten de aplicación, sino también la que reúna condiciones de sostenibilidad ambiental y social. La certificación supone un mecanismo de trazabilidad conocido como “cadena de custodia”, que abarcaría desde la identificación del bosque original a las diferentes fases en que se comercializa hasta llegar al consumidor.

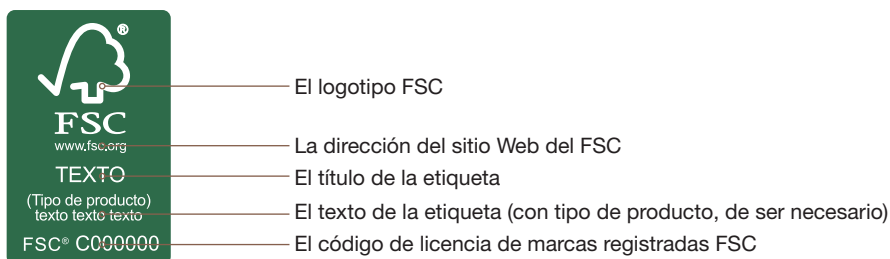
Hay dos sistemas internacionales de certificación de la gestión forestal sostenible: FSC (FOREST STEWARDSHIP COUNCIL) y PEFC (PROGRAMME FOR THE ENDORSEMENT OF FOREST CERTIFICATION).

Madera con certificado FSC

Categorías de las etiquetas FSC:

- Etiqueta 100% para productos que contengan un 100% de material proveniente de bosques certificados FSC. El texto de la etiqueta es “[Tipo de producto] proveniente de bosques bien manejados”.
- Etiqueta “Mixto” para productos que contengan una combinación de material proveniente de bosques certificados FSC, Madera Controlada FSC y/o materiales reciclados. El texto de la etiqueta es “[Tipo de producto] proveniente de fuentes responsables”.
- Etiqueta “Reciclado” para los productos que están hechos con un 100% de material reciclado (ya sea materiales recuperados posconsumo o preconsumo). El texto de la etiqueta es “[Tipo de producto] hecho a partir de material reciclado”.

Los elementos obligatorios para la etiqueta estándar son:

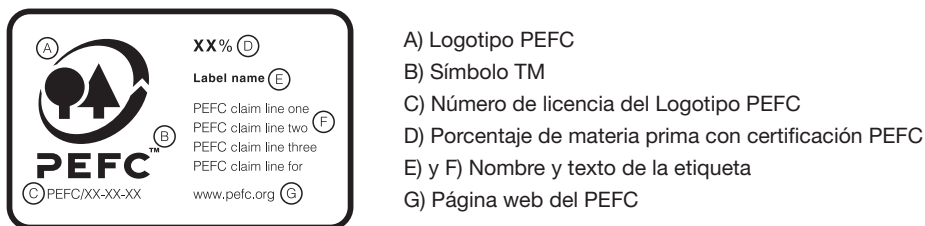


Madera con certificado PEFC

Categorías de las etiquetas PEFC:

- Etiqueta de “Certificado PEFC”: El producto incluye como mínimo un 70% de material “certificado PEFC” procedente de bosques gestionados de forma sostenible que haya sido certificado bajo un sistema de certificación forestal reconocido por PEFC o de material reciclado. El contenido en material certificado será inferior al 85%. Puede utilizarse siempre que al menos el 70% del material forestal y arbóreo incluido en el producto sea material certificado PEFC y el contenido de material reciclado sea inferior al 100%.
- Etiqueta de “Reciclado PEFC”: El producto incluye solo material reciclado (definición fijada por PEFC) al menos un 70% de material “certificado PEFC” procedente de fuentes recicladas.

Los elementos obligatorios para la etiqueta estándar son:



3.1.9. Etiqueta del mueble artesano



La Consejería competente en materia de artesanía (Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, en la actualidad) otorga, a solicitud del artesano interesado, el siguiente distintivo acreditativo del carácter artesanal de determinados productos madrileños, entre ellos, los muebles de madera, mimbre, corcho, caña, etc.

3.2. Seguridad y alerta

Los comerciantes únicamente podrán comercializar productos seguros, por lo que no se suministrarán productos cuando se sepa, o debiera saberse, por la información que posean como profesionales, que no cumplen con tal requisito. Así mismo, los comerciantes actuarán con diligencia para contribuir al cumplimiento de los requisitos de seguridad aplicables, en particular durante el almacenamiento, transporte y exposición de los productos.

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

- Informando a los órganos administrativos competentes y a los productores sobre los riesgos de los que tengan conocimiento.
- Manteniendo, durante un plazo de tres años después de haber agotado las existencias de los productos, y proporcionando la documentación necesaria para averiguar el origen de los productos, en particular, la identidad de sus proveedores.
- Colaborando eficazmente en las actuaciones emprendidas por los productores y los órganos administrativos competentes para evitar dichos riesgos. En concreto, deberán facilitar toda la información pertinente que se les demande, incluida aquella que pudiera estar protegida por el secreto comercial e industrial, en el plazo máximo de cinco días, salvo que por la urgencia del caso concreto se indique uno inferior.

Hay varias normas UNE relativas a los muebles. Un listado actualizado de estas normas se puede encontrar en el Anexo de la Resolución de 31 de julio de 2014, de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, que amplía el anexo de la Resolución de 21 de junio de 2004 por la que se acuerda la publicación de las referencias de las normas UNE- EN armonizadas, en aplicación del Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos. Entre ellas, las relativas a cunas, tronas, asientos de interior, asientos de exterior, literas, camas abatibles, etc., también accesibles a través de <https://www.aenor.com>.

3.3. Actividades de promoción de venta

Hay obligaciones que afectan al empresario que realiza alguna de las actividades de promoción de ventas de cualquier artículo en general y, por lo tanto, el vendedor de muebles tendrá en cuenta que:

Está expresamente prohibida la utilización de las denominaciones de las actividades de promoción de ventas (ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio y las ofertas de venta directa) u otras similares para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal.

Las actividades de promoción de ventas podrán simultanearse en un mismo establecimiento comercial, excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.

Sobre la información ha de tenerse en cuenta que:

- En los anuncios de estos tipos de ventas deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.
- Cuando no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.
- Se considerará engañosa la oferta de productos con premio o regalo, cuando el consumidor no reciba real y efectivamente lo que razonablemente cabía esperar de acuerdo con la oferta realizada.

En relación a la constancia de precios la norma de aplicación prevé que:

- Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior (el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes) junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.
- En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas podrá condicionarse a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.

Sobre la determinación de los artículos ofertados habrá de tenerse en cuenta que, en el caso de que se oferten artículos a precio normal y a precio reducido, unos y otros deberán estar suficientemente separados, de forma que no pueda, razonablemente, existir error entre los que son objeto de una u otra oferta, distinguiendo, en su caso, la existencia de rebajas, saldos, liquidaciones, promociones u obsequios.

3.3.1. Ventas en promoción

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

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

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

3.3.2. Ventas con obsequio

Durante el periodo de oferta queda prohibido modificar al alza el precio, así como disminuir la calidad del mueble.

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

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

Los muebles objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual, al menos durante un mes, estando prohibido ofertar como rebajados muebles deteriorados.

El precio reducido se exhibirá junto al habitual, tanto en el interior como en el escaparate.

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

3.3.4. Ventas en saldos

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

Si los muebles son 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 muebles ajenos y otros adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldos o restos, indicando claramente en el exterior su actividad.

3.3.5. Ventas en liquidación

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

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

La liquidación en los supuestos de fuerza mayor solo será posible cuando obstaculice el desarrollo normal del negocio por un periodo continuado como mínimo de 1 mes.

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

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

No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de electrodomésticos o aparatos eléctricos de uso doméstico similares a la anterior en el curso de los 3 años siguientes, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

3.4. Contratación

Desde 1 de enero de 2022, el concepto genérico de contrato entre consumidor y empresario incluirá también a aquellos en que este suministra, o se compromete a suministrar, contenidos o servicios digitales al consumidor y este facilita, o se compromete a facilitar, datos personales, salvo cuando estos datos sean tratados exclusivamente por el empresario con el fin de suministrar los contenidos o servicios digitales objeto de un contrato de compraventa o de servicios, o para permitir que cumpla los requisitos legales a que está sujeto, de forma que no los trate con ningún otro fin.

Hay que tener en cuenta que para los contratos celebrados a distancia y fuera de establecimiento comercial (véase el epígrafe 3.5), así como en otros sectores, será de aplicación preferente su legislación específica respecto de aquellos aspectos expresamente previstos en las disposiciones del derecho de la Unión Europea de las que traigan causa.

3.4.1. Oferta comercial

Si la oferta comercial informa sobre las características del producto o del servicio y sobre su precio, entonces hay otros datos que tiene que incluir: la identificación del empresario, las características esenciales del mueble, el precio completo, procedimientos de pago, plazo de entrega o ejecución del servicio y tratamiento de las reclamaciones; así como la existencia, en su caso, del derecho de desistimiento.

A efectos del cumplimiento de lo dispuesto en el párrafo anterior, y sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, la información necesaria a incluir en la oferta comercial deberá facilitarse a los consumidores o usuarios, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato fácilmente accesible, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

3.4.2. Contrato

Integración de la oferta, promoción y publicidad en el contrato

La oferta, promoción o publicidad de los muebles han de responder a un elemental principio de veracidad, que obliga a que se ajusten a la naturaleza y las características del mueble y a las condiciones jurídicas y económicas del contrato. Por esta razón, incluso la publicidad que sea meramente persuasiva no deberá inducir a error o engaño. Si el vendedor de muebles reconoce un derecho de desistimiento al consumidor, lo que puede ocurrir cuando utiliza expresiones como “cambios, devoluciones, vales”, podría inducir a error si no precisara las condiciones de este derecho, porque se podría confundir con la garantía legal que en todo caso, por imperativo legal, afecta a la venta de sus muebles. Por esta razón, es conveniente concretar este derecho de desistimiento haciendo mención a posibles taras o defectos que presente el mueble, porque en este caso, estaríamos ante una falta de conformidad cuya solución es responsabilidad, en principio, del vendedor, y no de un derecho que este quiera reconocer al consumidor.

Cuando prime la dimensión informativa de la publicidad sobre la puramente persuasiva, y se generen expectativas de contratación en el consumidor medio, habrá de tenerse en cuenta que su contenido, las prestaciones propias del producto o del servicio y las condiciones económicas y jurídicas ofrecidas integran el contrato y, por tanto, son exigibles por el consumidor. Si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, estas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad.

Condiciones generales y cláusulas abusivas

- El vendedor de muebles que utilice en sus contratos cláusulas no negociadas individualmente con el consumidor debe hacer que cumplan estos requisitos:
 - Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacer referencia expresa el documento contractual.
 - Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. En ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura.
 - Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.
- Son cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato.
- Entre otros supuestos, serán abusivas las que vinculen el contrato a la voluntad del empresario, las que limiten los derechos del consumidor, aquellas que determinen una falta de reciprocidad, las que impongan al consumidor garantías desproporcionadas o una carga indebida de la prueba. En todo caso serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas.
- El carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato y considerando todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa. A pesar de las dificultades que entraña la atención a todas estas condiciones cuando se pretende valorar este carácter en alguna cláusula, se ofrecen a continuación ejemplos de contenidos que podrían conducir a la presencia de este carácter si aparecen en algún documento o cartel del empresario del sector:
 - Si se prevé que la fecha de entrega de los muebles es meramente orientativa.

- Cuando se fija una dilatación del plazo previsto si la fabricación o instalación de encimeras, o elementos análogos, requiere una medición posterior al montaje inicial de los muebles, pues supondría una facultad de modificación unilateral del contrato, por parte del empresario, sobre un elemento esencial del contrato (fecha de entrega).
- Si se indica que los gastos generados por entrega o instalación retrasados serán por cuenta del consumidor; o que el empresario se exime de responsabilidad si no cumple su compromiso de entrega en plazo en caso de huelga, retraso, interrupción de transportes o similar circunstancia “ajena a la empresa”, pues se transmitirían al consumidor las consecuencias de errores de administración o gestión que no le son imputables.
- En oposición al régimen de garantías legalmente previsto estarían las cláusulas que indiquen que los muebles de exposición no se cambian, o no se devuelve la señal entregada o que no tienen la garantía legal establecida.
- Igualmente serán abusivas las que prevean cláusulas que los muebles con medidas, colores o materiales diferentes a los de la exposición se consideran artículos especiales, por lo que no se permitirá devolución, cambio o anulación de la compra.
- Lo mismo ocurriría si se estipula, por motivos de higiene, que no se admiten cambios o devoluciones en mobiliario con superficies de manipulación de alimentos, en mobiliario de descanso u otro de similares características, pues en este caso habría que incluir la salvedad de “salvo tara o defecto” o leyenda equivalente.
- Supeditar el derecho de reclamar a una verificación del estado del mueble en un plazo de 72 horas después de la entrega, o en plazo similar e inferior al previsto por la normativa de garantías, puede hacer abusiva la cláusula en que aparezca esta previsión.
- La retención de cantidades entregadas a cuenta si renuncia el consumidor es abusiva por falta de reciprocidad si no se prevé una indemnización por cantidad equivalente cuando renuncie el empresario. Este sería el caso de las arras penitenciales, o precio del desistimiento, cuando se basan en el artículo 1154 del Código Civil (CC), es decir, cuando la voluntad de las partes es la de dejar sin efecto la relación contractual o el acuerdo precontractual, pagando tal precio. Pero tiene el mismo fundamento, la falta de reciprocidad, una cláusula penal: si, en vez de reflejar una previa entrega de dinero, se atiende

a la posibilidad de que el consumidor se exima de cumplir su obligación, pagando la pena estipulada, estaríamos en lo que prevé el artículo 1153 CC y la cláusula también será abusiva si no se prevé penalización alguna por incumplimiento del empresario.

- Ahora bien, puede haber reciprocidad en la cláusula y que esta siga siendo abusiva. Este sería el caso de indemnización desproporcionadamente alta. Por ejemplo, si se prevé que, ante la cancelación de un pedido por parte del consumidor, la retención de lo abonado responda a “gastos de tramitación” o de denominación similar: tales gastos han de ser reales y han de responder a una cuantificación que les haga sea equivalentes a la cantidad que adelantó el consumidor.

3.4.3. Entrega de bienes y suministro de contenidos o servicios digitales que no se presten en soporte material

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Está prohibido el envío de muebles no solicitados si implican un pago de cualquier naturaleza. Si el consumidor recibe de esta manera un mueble no estará obligado a

custodiarlo, a devolverlo o a pagar al empresario cantidad alguna, pudiendo solicitar al vendedor una indemnización por los daños y perjuicios sufridos, sin que tenga que soportar una pretensión similar por parte del vendedor.

3.5. Contratación a distancia y fuera de establecimiento mercantil

3.5.1. Información previa al contrato

En estos contratos el empresario ha de facilitar previamente una información señalada en el epígrafe 3.1. El art. 97.1 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU, desde ahora) 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, 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 muebles 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 especificarse los medios de contacto entre consumidor y empresario, por ejemplo, un nº de teléfono o 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.

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

3.5.3. 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 muebles confeccionados conforme a especificaciones proporcionadas por el consumidor o claramente personalizados, y a los contratos de servicios que

hayan empezado a ejecutarse con consentimiento expreso del consumidor, previa información de que perderá tal derecho.

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

3.6. Horarios

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

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

3.7. Garantías y servicios postventa

3.7.1. Garantía legal

La evolución tecnológica ha dado lugar a un incremento del mercado de bienes que incorporan contenidos o servicios digitales o están interconectados con ellos. Entre ellos pueden estar algunos que comercializa el empresario de este sector, por ejemplo, en el caso de mobiliario de cocina. Desde 1 de enero de 2022 será

aplicable un régimen de garantías que incluirá los supuestos mixtos, en los que el bien y el servicio o contenido digital forman un conjunto funcionalmente inseparable, de forma que habrá una sola regulación, clara y unificada, para estos supuestos. Los extremos más importantes, en este aspecto y a partir de esa fecha, son los siguientes:

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

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

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

Otro requisito objetivo importante es el de poseer las cualidades y características (sobre todo respecto de la durabilidad del mueble, de la accesibilidad y continuidad del contenido o servicio digital y de la funcionalidad, compatibilidad y seguridad) que sean normales y razonablemente esperables en esos muebles y en esos contenidos o servicios digitales que sean del mismo tipo, dada su naturaleza y atendiendo a cualquier declaración pública (especialmente la publicidad y el etiquetado) realizada por el empresario o en su nombre, o por otras personas en fases previas, incluido el

productor. El empresario no quedará obligado por tales declaraciones públicas, si demuestra alguno de los siguientes hechos:

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

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

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

Extremos importantes ante una falta de conformidad son los siguientes:

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

- Cualquier medida correctora será gratuita para el consumidor (gastos de envío, transporte, mano de obra y materiales), realizadas en plazo razonable y sin inconvenientes.
- La reparación y la sustitución del mueble supondrán para el consumidor su puesta a disposición del empresario. Este recuperará el sustituido a sus expensas, de la forma que menos inconvenientes genere al consumidor y atendiendo al tipo de mueble.
- Cuando una reparación requiera la retirada de bienes instalados de forma coherente con su naturaleza y finalidad antes de manifestarse la falta de conformidad –o, si procede, la sustitución– en la obligación de reparar o sustituir estará la retirada de los no conformes, la instalación de los bienes sustituidos o reparados o la asunción de costes de retirada e instalación por cuenta del empresario. Esta previsión y la anterior se encuentran en el artículo 118.5 y 6 del TRLGDCU.

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

- En relación con los muebles, los contenidos y servicios digitales, si la medida correctora es imposible o desproporcionada.
- Si la reparación o sustitución no se han efectuado según los apartados 5 y 6 del artículo 118 citado más arriba, o no se han hecho en un plazo razonable, siempre que el consumidor hubiese solicitado la reducción del precio o la resolución del contrato.
- Si el empresario no ha puesto los contenidos o servicios digitales en conformidad de acuerdo con las reglas recogidas (gratuidad, plazo razonable y sin inconvenientes).
- Cuando aparezca cualquier falta de conformidad después del intento del empresario de poner los bienes o los contenidos o servicios digitales en conformidad.
- Si la falta de conformidad es de tal gravedad que se justifica la reducción inmediata del precio o la resolución del contrato.

- Si el empresario ha declarado, o así se deduce de las circunstancias, que no pondrá los bienes, contenidos o servicios digitales en conformidad en plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor.

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

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

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

- El vendedor responde de las faltas de conformidad que existan en el momento de la entrega y se manifiesten durante los tres años siguientes a su entrega, o de dos años en el caso de contenidos o servicios digitales, excepto que sea de segunda mano, en cuyo caso se podrá pactar un plazo menor, nunca inferior a un año. No obstante, en el caso de bienes con elementos digitales, cuando el contrato prevea el suministro continuo de contenidos o servicios digitales durante un período de tiempo determinado, el empresario será responsable de cualquier falta de conformidad de los contenidos o servicios digitales que se produzca o se manifieste dentro del plazo durante el cual deben suministrarse los contenidos o servicios digitales de acuerdo con el contrato. Si el contrato de compraventa de bienes con elementos digitales establece el suministro continuo de los contenidos o servicios digitales durante un período inferior a tres años, el plazo de responsabilidad será de tres años a partir del momento de la entrega.
- Salvo prueba en contrario, con carácter general, se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en dos años siguientes a la entrega del bien ya existían cuando este se entregó. En los bienes de segunda mano se podrá pactar un plazo de presunción menor al indicado, nunca inferior al de responsabilidad pactado por falta de conformidad.

- En el caso de bienes con elementos digitales si el contrato prevé el suministro continuo de contenidos o servicios digitales durante un tiempo determinado, la carga de la prueba respecto de si los contenidos o servicios digitales eran conformes durante el plazo pactado recaerá sobre el empresario si la falta de conformidad se manifieste en dicho período de tiempo, teniendo en cuenta que para estos casos el plazo de responsabilidad será de tres años desde la entrega.

En relación a la justificación documental del mueble, habrá de tenerse en cuenta que:

- El comerciante está obligado a entregar al consumidor que ejercite su derecho para poner el bien en conformidad la justificación documental de su entrega, en la que conste la fecha de entrega y la falta de conformidad que origina el ejercicio del derecho.
- Junto con el mueble ya conforme proporcionará justificación documental de la entrega en la que conste la fecha de ésta y, la descripción de la medida correctora efectuada.
- Es importante tener en cuenta que la acción para reclamar la responsabilidad del vendedor prescribirá a los cinco desde la manifestación de la falta de conformidad.

Cuando al consumidor le resulte imposible o le suponga una carga excesiva dirigirse al empresario por la falta podrá reclamar directamente al productor con el fin de que el bien sea puesto en conformidad. De esta forma, y sin perjuicio de que cese la responsabilidad del productor en los mismos plazos y condiciones que los establecidos para el vendedor, el productor responderá por la falta de conformidad cuando ésta se refiera al origen, identidad o idoneidad de los muebles, según su naturaleza, finalidad y normas que los regulan.

3.7.2. Garantía comercial

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

La declaración de garantía comercial expresará necesariamente:

- Una declaración precisa de que el consumidor tiene derecho a medidas correctoras por parte del empresario, de forma gratuita, en caso de falta de

conformidad de los bienes y de que la garantía comercial no afectará a dichas medidas. Dicha gratuidad comprenderá los gastos necesarios en que se incurre para que los bienes o los contenidos o servicios digitales sean puestos en conformidad, especialmente los gastos de envío, transporte, mano de obra o materiales.

- La designación de los bienes a los que se aplica la garantía comercial.
- El nombre y la dirección del garante.
- El procedimiento que debe seguir el consumidor para conseguir la aplicación de la garantía comercial.
- Las condiciones de la garantía comercial (entre otras, el plazo de duración y su alcance territorial).

3.7.3. Servicio postventa

El productor garantizará la existencia de un adecuado servicio técnico, así como de repuestos durante el plazo mínimo de 10 años a partir de la fecha en que el mueble deje de fabricarse.

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

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

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

3.7.4. Responsabilidad civil por muebles defectuosos

Si el perjudicado ha sufrido daños o perjuicios causados por el mueble se le reconoce un derecho a ser indemnizado por los daños y 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. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente

A disposición de la clientela habrá hojas de reclamaciones y se exhibirá de modo permanente y visible al público el cartel oficial que anuncia su existencia. Las empresas de venta a distancia y las que no tengan establecimientos abiertos al público deben disponer de estas hojas 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 no hay conformidad con el servicio, el precio o cualquier otra controversia surgida. 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, de forma que pueda acceder, cuando proceda, al Sistema Arbitral de Consumo si una reclamación no ha podido resolverse, cualquiera que sea el lugar de residencia del consumidor. Se pretende que la atención sea inmediata y facilite el envío de documentos.

Por esta razón, es necesario poner a disposición del consumidor 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 más breve posible, con un máximo de un mes desde la presentación de la reclamación.

Si hay una reclamación presentada directamente a un empresario adherido a este Código se informará sobre la adhesión a la entidad de acreditada correspondiente (por ejemplo, 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, identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en la 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.

3.9. Venta a plazos de muebles

Se puede realizar la venta a plazos de un mueble si tiene características que lo hagan suficientemente identificable y diferenciado, y, además su precio está aplazado en todo o en parte por un periodo superior a tres meses.

Respecto a la identificación de los bienes la Ley 28/1998, de 13 de julio, reguladora de este tipo de ventas, considera identificables a todos aquellos en los que conste la marca y número de serie o fabricación, de forma indeleble o inseparable en una o varias de sus partes fundamentales o si tienen alguna característica distintiva que excluya razonablemente su confusión con otros. Un mueble vendido por un empresario del sector puede tener estas características, así como marca y número de serie.

En el contrato, entre otros requisitos, han de figurar: la identificación de los contratantes y del objeto que se va a comprar, así como datos de índole económica como son el precio de venta al contado, el desembolso inicial que pueda pactarse, la parte aplazada y la que pueda financiar un tercero. En el contrato de financiación ha de figurar el capital, el tipo de interés – con su importe, número y periodicidad de los plazos y de otros gastos, junto a su importe, si fuera posible - así como el tipo de interés nominal (TIN) y la tasa anual equivalente (TAE). Es importante indicar la prohibición de vender o disponer de la cosa hasta que no se haya pagado todo el precio o reembolsado el préstamo, si no hubiera autorización escrita del vendedor o del financiador. También ha de figurar el derecho de desistimiento.

El consumidor tiene un derecho de desistimiento de siete días hábiles siguientes a la entrega del mueble, comunicándolo mediante carta certificada u otro medio fehaciente al vendedor y, en su caso, al financiador, siempre que se cumplan todos los requisitos siguientes:

- No haber usado del mueble vendido más que a efectos de simple examen o prueba.
- Devolverlo, dentro del plazo señalado anteriormente, en el lugar, forma y estado en que lo recibió y libre de todo gasto para el vendedor. El deterioro de los embalajes, cuando fuese necesario para acceder al bien, no impedirá su devolución.
- Proceder, cuando así se haya pactado, a indemnizar al vendedor en la forma establecida contractualmente por la eventual depreciación comercial del bien. Dicha indemnización no podrá ser superior a la quinta parte del precio de venta al contado. A este fin habrá de aplicarse el desembolso inicial si existiera.
- Reintegrar el préstamo de financiación al comprador referido en el art. 4.3 de la Ley 28/1988, en los términos acordados para el caso de desistimiento.

Este derecho es irrenunciable, sin que la no constancia de tal cláusula en el contrato prive al comprador de la facultad de desistimiento.

3.10. Crédito al consumo

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

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

Esta información especificará los elementos siguientes, de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo: tipo deudor fijo o variable y recargos incluidos en el coste total del crédito para el consumidor, importe total del crédito, tasa anual equivalente (TAE significa el coste total del crédito expresado como porcentaje anual del importe total del crédito), duración del contrato de crédito en el caso de los créditos en forma de pago aplazado de un bien o servicio en particular, el precio al contado y el importe de los posibles anticipos, así como el importe total adeudado por el consumidor y el importe de los pagos a plazos.

Por lo indicado anteriormente no se podrá publicitar como financiación gratuita aquella en la que, aunque no se cobren intereses, existan comisiones u otros gastos para el consumidor.

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

- Identidad y domicilio de los contratantes, y, en su caso, del intermediario.
- Características principales del contrato: tipo de crédito, importe total del crédito e importe total que hay que pagar (la suma del importe total del crédito y los gastos totales), duración del crédito; número, frecuencia e importe de los plazos y nombre del producto o servicio, su precio al contado cuando haya una vinculación de una compraventa a la concesión del crédito y las consecuencias en caso de impago.

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

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

- El consumidor puede ejercer contra el prestamista los derechos que tiene frente al vendedor que incumple con sus obligaciones, pero siempre y cuando el mueble o el servicio contratado no se hayan entregado o no sean conformes con lo contratado y, además, se haya reclamado en primer lugar contra el vendedor sin obtener satisfacción.
- Aparte del incumplimiento del vendedor del mueble, al consumidor pueden afectarle diversas circunstancias que hagan ineficaz el contrato que le liga con el minorista; de forma que, si hay vinculación con un crédito al consumo, este devenga también ineficaz. Esta consecuencia jurídica general prevista por la Ley tiene un caso específico en el derecho de desistimiento: si el consumidor ha hecho uso de este derecho en su contrato con el vendedor de muebles también dejará de estar vinculado al contrato de crédito al consumo.
- La ineficacia contractual puede tener un sentido opuesto: si el consumidor y el vendedor acuerdan que el precio se abone, total o parcialmente, con un crédito, la venta no será eficaz hasta que el crédito sea efectivamente obtenido.

Hay un derecho de desistimiento que la Ley de Contratos de Crédito al Consumo reconoce al consumidor que contrata un crédito, con independencia del que puede

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

3.11. Precios

El vendedor del sector tiene libertad para fijar el precio de sus muebles y de los servicios accesorios que ofrezca el consumidor. Los precios deberán ser inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles y visibles por el consumidor, tanto en el interior del establecimiento como en el escaparate, de forma que el consumidor no necesite solicitar la ayuda del vendedor para que le informe sobre los precios de los muebles expuestos.

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

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

3.12. Facturas y facturas simplificadas

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

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

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

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

- a) Número y, en su caso, serie. La numeración de las facturas de cada serie será correlativa.
- b) Nombre y apellidos, razón social o denominación social completa, y domicilio del expedidor, así como su Número de Identificación Fiscal. La normativa estatal de consumo exige, además, el nombre comercial y su nº de teléfono (obligatorio en contratación presencial) y, en su caso, los de aquellos por cuya cuenta actúe.
- c) Fecha de expedición de la factura y fecha de la operación o del pago anticipado, si es una fecha distinta a la de expedición. La normativa de consumo también exige la constancia de la fecha de entrega comprometida, si es diferente a la de venta.
- d) Identificación de los muebles 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.

3.13. Publicidad

La oferta, promoción y publicidad de los muebles, se ajustarán a su naturaleza, características, utilidad y finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación.

También se realizarán conforme a los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, en el marco de la legislación general sobre publicidad, de forma que no puedan engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de adquisición.

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

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

3.14. 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.
- “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”.

3.15. 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 muebles serán residuos asimilables a residuos domésticos y envases comerciales.

En el caso de residuos asimilables a los domésticos el comerciante deberá separar los residuos en distintas fracciones y entregarlos al servicio municipal de recogida.

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

Desde 1 de enero de 2021, está prohibido entregar bolsas de plástico ligeras y muy ligeras en los puntos de venta, excepto si son de plástico compostable. Los comerciantes podrán optar por otros formatos de envase para sustituir a las bolsas de plástico.

Si se tratara de Residuos procedentes de aparatos eléctricos y electrodomésticos (RAEE)

Los electrodomésticos tienen componentes eléctricos o electrónicos que pueden generar este tipo de residuos, cuya regulación está contenida en el Real Decreto 110/2015, de 20 de febrero. Dentro del ámbito de aplicación de esa norma algunos de los aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) que figuran en su Anexos III y IV son aparatos que puede vender el empresario del sector. En estos Anexos hay, entre otras, categorías de grandes y pequeños aparatos (según que tengan, o no, alguna dimensión exterior superior a 50 cm), incluyéndose lavadoras, secadoras, lavavajillas, cocinas, cocinas y hornos eléctricos, hornillos eléctricos, placas de calor eléctricas y hornos microondas.

La gestión de esos residuos supone que el vendedor debe colaborar para que su actividad se lleve a cabo sin poner en peligro la salud de las personas y sin perjudicar al medio ambiente, evitando su abandono, vertido o eliminación incontrolada, así como la mezcla o dilución de residuos que dificulten su gestión. No obstante, el decreto indicado establece obligaciones de comercialización que afectan al vendedor:

1. Los distribuidores de AEE que realicen tanto venta presencial como a distancia sólo podrán comercializar los AEE de productores que dispongan del número de identificación del productor del Registro Integrado Industrial. Los consumidores podrán solicitar esta información en el momento de la compra del AEE.
2. Los distribuidores que realicen tanto venta presencial como a distancia difundirán la información relativa a la correcta recogida de RAEE en sus establecimientos y en la recogida efectuada en los hogares de los consumidores. Esta información se incluirá en la página web o el instrumento que dé soporte a la venta a distancia.

Si el artículo vendido tiene componentes eléctricos o electrónicos se le considerará AEE y, por lo tanto, el productor deberá marcar, con el símbolo ilustrado en el anexo V del Real Decreto (símbolo consistente en un contenedor de basura tachado por un aspa) los AEE que se introduzcan en el mercado, con objeto de aumentar al máximo la recogida de los RAEE correctamente separados. Este símbolo se incluirá de una forma visible, indeleble y legible en cada aparato. En casos excepcionales, si es necesario por las dimensiones o por la función del producto, el símbolo se estampará en el envase, en las instrucciones de uso y en la garantía del AEE.

Si un consumidor adquiere un nuevo AEE doméstico el vendedor ha de aceptar la entrega, al menos de forma gratuita, de un RAEE de tipo equivalente o que haya realizado las mismas funciones que el nuevo. Deberá cumplir con esta obligación cuando el RAEE sea entregado por el usuario en su punto de venta y también si el usuario se lo entrega en su domicilio al suministrarle el nuevo aparato.

En el caso de que la entrega del RAEE no se realice en el mismo momento de la compra del nuevo AEE el vendedor indicará por escrito el plazo en que el usuario puede depositar el RAEE en el punto de venta presentando la factura de compra del nuevo. Tal plazo no podrá ser inferior a treinta días naturales.

Si el vendedor tiene una zona de venta de AEE con un mínimo de 400 m², deberá prever la recogida en sus puntos de venta, o en su proximidad, de RAEE muy pequeños, de modo gratuito para los usuarios finales, sin obligación de compra de un AEE equivalente.

Para estos residuos 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).

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 de comercio de muebles”).
- Así mismo, **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 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 3.8 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. **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 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 muebles 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 y sin perjuicio de la que proceda ante una falta de conformidad.**

- **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 muebles recibidos, al objeto de verificar su conformidad antes de exponerlos a la venta y reenviarlos al responsable, si procede, antes de comercializarlos.**
- **Se atenderá al usuario, sin discriminación alguna, y por orden de petición** del servicio, salvo causa justificada, no debiendo sufrir las ventas cubiertas por garantía ninguna postergación.
- **Se facilitará al cliente un asesoramiento especializado que permita la elección**, por su parte, del mueble más adecuado. Para ello:
 - Se prestará especial atención a la **formación técnica** de los empleados del establecimiento de manera que conozcan los distintos tipos y características de los muebles.
 - Se pondrá una especial diligencia al **informar sobre las etiquetas ecológica certificada, madera certificada, mueble artesano** y lo que significan.
 - Igual diligencia se empleará al **informar sobre las especialidades relativas al derecho de desistimiento legal que cupiera en la contratación a distancia, en las ventas a plazos y en los créditos al consumo, distinguiéndolo con precisión del contractual que cupiera por decisión del empresario y de los remedios que correspondieran ante una falta de conformidad del mueble vendido.**
 - Realizarán **demostraciones**, a petición del cliente o siempre que se considere necesario.
- En el caso de realizar alguna actividad de promoción ajustará su provisión para tener un **número de existencias suficiente para atender la demanda previsible**, para lo cual se dispondrá de un número de productos razonablemente superior a lo que habitualmente vende cuando no hay promoción, de forma que **ante la petición de un mueble 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 mueble, poniendo a disposición del cliente otro de características muy similares o proponiendo pedir el solicitado a la central de distribuciones, haciendo todo lo posible porque esté a disposición del cliente en el menor plazo.

- **El comerciante se compromete a no distribuir muebles que sean copia de marcas registradas o que por su nombre induzcan a error sobre la marca.**
- **Se revisará periódicamente el estado de los muebles y sus embalajes que así lo precisen, retirando aquellos que muestren cualquier signo de deterioro.**
- **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. Si se usa una tarjeta de pago que lo facilite sin necesidad de introducirla en el TPV o de pasarla por el lector de bandas magnéticas (tarjeta contactless), se indicará y facilitará la comprobación del importe que figura en la pantalla del TPV al acercar la tarjeta, para que se pueda asegurar el consumidor de que es correcto. También se recomendará guardar el tique de compra, para comprobar la correspondencia entre el importe del cargo de la tarjeta y el de la pantalla del TPV.**

4.3. Instalaciones y personal

- Como establecimientos de uso público facilitarán, en la medida de lo posible, **el acceso a los mismos a las personas en situación de limitación o movilidad reducida (rampas de acceso...)**, con independencia del cumplimiento de las medidas de accesibilidad que sean obligatorias o requieran las Administraciones Públicas.
- **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 y compromiso social

- Llevarán a cabo una **adecuada política ambiental** mediante el desarrollo de prácticas correctas y respetuosas con el medio ambiente.
- Contribuirán a la **educación ambiental de los consumidores** mediante la difusión de mensajes que fomenten el consumo responsable de todos los bienes disponibles en el comercio de muebles de uso doméstico.
- **Aquellos comercios con zonas de venta de muebles de un mínimo de 500 m² útiles destinarán al menos el 10% de dicha superficie a la venta de muebles que cuenten con algún tipo de etiqueta ecológica o de madera certificada** (tipo FSC, PEFC, etc.).
- Colaborará en la ejecución de medidas generales de **recogida selectiva de residuos**, especialmente los provenientes de los electrodomésticos, para potenciar su **reciclado**, así como en las campañas específicas de prevención de residuos concretos que desarrolle el Ayuntamiento –para lo que es aconsejable la consulta periódica en su página web (www.madrid.es)– u otras Administraciones competentes. También fomentarán la utilización de papel reciclado para la elaboración de catálogos y folletos publicitarios.
- **El empresario facilitará información sobre la ubicación de puntos fijos y móviles, dependencias, mercadillos y recogida a domicilio donde pueden depositarse muebles 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 muebles, artículos deportivos, además de libros y juguetes. De esta forma se reduce la generación de residuos e impulsa la economía circular a través de la reutilización de objetos usados. El funcionamiento de esta plataforma se describe en la página web del Ayuntamiento, a la que se puede acceder introduciendo en su buscador la expresión “plataforma REMAD”.
- Procurará colaborar en la celebración de **mercados solidarios** en el caso de que se desarrollen y sean de fácil acceso.
- Proporcionarán información a los consumidores sobre la existencia de **campañas de recogida de muebles con fines benéficos** (ONGs, etc.).

5. Seguimiento de la aplicación del código

Una vez que los establecimientos dedicados a la comercialización de muebles 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.

7. Anexo I. Definiciones

Bienes con elementos digitales

Todo objeto mueble tangible que incorpore contenidos o servicios digitales o esté interconectado con ellos de tal modo que la ausencia de dichos contenidos o servicios digitales impediría que los bienes realicen sus funciones.

Consumidor y usuario

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

Consumidor vulnerable respecto de relaciones concretas de consumo

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

Contrato a distancia

Todo contrato celebrado entre un empresario y un consumidor en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, y en el que se hayan utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato y en la propia celebración del mismo.

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

Contrato celebrado fuera del establecimiento mercantil

Todo contrato entre un empresario y un consumidor:

- a) Celebrado con la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario.
- b) En el que el consumidor y usuario ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a).

- c) Celebrado en el establecimiento mercantil del empresario o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor y usuario en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del empresario, con la presencia física simultánea del empresario y el consumidor y usuario.
- d) Celebrados durante una excursión organizada por el empresario con el fin de promover y vender productos o servicios al consumidor y usuario.

Contrato celebrado por vía electrónica o contrato electrónico

Todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

Contrato de crédito al consumo

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

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

Contrato de compraventa o venta

Todo contrato celebrado, en el ámbito de una relación de consumo, en virtud del cual el empresario transmite o se compromete a transmitir la propiedad de bienes al consumidor o usuario pudiendo llevar incluido la prestación de servicios.

Envase

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

Garantía comercial

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

Marca

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

- a) distinguir en el mercado los productos o 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.

Norma UNE

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

Producto

Todo bien mueble conforme a lo previsto en el artículo 335 del Código Civil (los susceptibles de apropiación que no tengan la consideración de bienes inmuebles y en general todos los que se pueden transportar de un punto a otro sin menoscabo de la cosa inmueble a que estuvieren unidos).

Productos artesanos

Aquellos que hayan sido fabricados por personas físicas o jurídicas que reúnan los siguientes requisitos:

- a) Que la actividad que realicen figure en el correspondiente repertorio de oficios artesanos.

- b) Que la actividad desarrollada sea de carácter preferentemente manual o cuando menos individualizada, sin que pierda tal carácter por el empleo de utillaje o maquinaria auxiliar.
- c) Que el número de trabajadores no familiares, empleados con carácter permanente, no exceda de diez, excepción hecha de los aprendices alumnos.

Producto defectuoso

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

Productor

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

Red de alerta

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

Tasa de Descuento

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

Tasa de Intercambio

Se trata de la comisión que el proveedor del TPV paga al proveedor de la tarjeta del comprador. En relación a los límites máximos a las tasas de intercambio, hay que tener en cuenta que en tarjetas de débito se puede cargar un 0.1% del valor de la operación, si ésta es inferior a 20 euros, y un 0.2% si es superior a esta cantidad, con un máximo de 7 céntimos por euro. Para tarjetas de crédito, estos porcentajes son el 0.2% y el 0.3% respectivamente, no habiendo importe máximo establecido.

Venta de promoción o en oferta

Aquellas que, no siendo venta en rebajas, venta de saldos, venta en liquidación, venta con obsequio o prima, se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

Venta en saldos

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

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

Ventas a plazos

El contrato mediante el cual una de las partes entrega a la otra una cosa mueble corporal y ésta se obliga a pagar por ella un precio cierto de forma total o parcialmente aplazada en tiempo superior a tres meses desde la perfección del mismo.

También tendrán dicha consideración los actos o contratos, cualquiera que sea su forma jurídica o la denominación que las partes les asignen, mediante las cuales las partes se propongan conseguir los mismos fines económicos que con la venta a plazos.

Ventas con obsequio

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

Ventas en liquidación

Venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación y otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

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

Ventas en rebajas

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

8. Anexo II. Marco jurídico aplicable

Ámbito europeo

- Reglamento CE 66/2010, de 25 de noviembre de 2009, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la etiqueta ecológica de la UE.
- Decisión (UE) 2016/1332 de la Comisión, de 28 de julio de 2016, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica de la UE al mobiliario).
- Reglamento (UE) n° 1007/ 2011 del Parlamento y del Consejo, de 27 de septiembre de 2011, relativo a las denominaciones de las fibras textiles.
- Reglamento (CE) n° 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.
- Reglamento (UE) n° 2017/1369, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 4 de julio de 2017, por el que se establece un marco para el etiquetado energético y se deroga la Directiva 2010/30/UE.

Ámbito estatal

- 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.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.
- Reglamento 2016/679, de 27 de abril, de Protección de Datos Personales.
- Real Decreto 110/2015, de 20 de febrero, sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
- Real Decreto núm. 234/2013, de 5 abril, por el que se establecen normas para la aplicación del Reglamento (CE) n° 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, relativo a la etiqueta ecológica de la Unión Europea.

- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre de 2012, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Ley 16/2011, de 24 de junio, de Contratos de Crédito al Consumo.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de Residuos y Suelos contaminados.
- Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el sistema arbitral de consumo.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. En el momento de editar este CBP esta norma se ha modificado por el Real Decreto-Ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica y por el Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, de seguridad general de los productos.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico.
- Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios.
- Ley 28/1998, de 13 de julio, de venta a Plazos de Bienes Muebles.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Real Decreto 1468/1988, de 2 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Etiquetado, Presentación y Publicidad de productos industriales de venta directa.
- Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, relativo al Etiquetado de composición de los Productos Textiles.
- Real Decreto 769/1984, de 8 de febrero, que regula el uso de denominaciones en elaboración, circulación y comercio de las manufacturas de cueros y pieles.

Ámbito autonómico

- Ley 2/2012, de 12 de junio, de Dinamización de la actividad comercial de Madrid.
- 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.
- Decreto 216/2003, 16 de octubre, sobre la aplicación del sistema revisado de etiqueta ecológica comunitaria en la Comunidad de Madrid.

- Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de septiembre, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el reglamento de la Ley de protección del consumidor de Madrid.
- Orden 5303/2000, de 17 de julio, de la Consejería de Economía y Empleo, por la que se aprueba el diseño del distintivo de carácter artesanal en el ámbito 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 de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Ley 21/1998, de 30 de noviembre de ordenación, protección y promoción de Artesanía de Madrid.
- Orden de 3 de febrero de 2017, de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, por la que se aprueba el nuevo modelo de hojas de reclamaciones de consumo para empresarios y profesionales de la Comunidad de Madrid.

Ámbito local

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

9. Anexo III. Protocolo de autocontrol

Requisitos legales aplicables al sector del comercio del mueble (apartado 3 del CBP)

| Información precontractual. Etiquetado y presentación <small>(APARTADO 3.1 DEL CBP)</small> | SI | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. Facilita, al menos, identificación empresarial y datos de contacto, características del mueble, precio total, gastos adicionales 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 3.2 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 3.3 DEL CBP)</small> | SI | NO |
| <u>Ventas en promoción:</u> | | |
| 5. Los muebles no tienen defecto ni son de peor calidad que los de venta ordinaria. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Se anuncia el mueble en promoción, condiciones de venta y periodo de vigencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <u>Ventas en rebajas:</u> | | |
| 7. Sus fechas se exhiben en sitio visible al público. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Aparecen juntos el precio anterior y el rebajado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Han estado en oferta habitual durante, al menos, un mes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| Contratación (APARTADO 3.4 DEL CBP) | SI | NO |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 10. Las cláusulas no negociadas individualmente que hay en la documentación del consumidor tienen al menos un tamaño de 1.5 mm. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Atiende a los supuestos del apartado. 3.4.2 del CBP para no incurrir en abusividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Contratación a distancia (APARTADO 3.5 DEL CBP) | SI | NO |
| 12. Hay información previa de la identidad y domicilio empresarial, características del producto, precio completo, gastos adicionales, derecho de desistimiento (14 días naturales, proporcionando el formulario), pago y reclamación, siendo accesible el clausulado general antes del pedido. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. Se confirma esa información y el consentimiento en papel u otro soporte duradero después de la compra. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Horarios (APARTADO 3.6 DEL CBP) | SI | NO |
| 14. Calendario y horario son visibles en interior y en exterior, incluso con el establecimiento cerrado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Garantías y ejercicio de derechos por el consumidor (APARTADO 3.7 DEL CBP) | SI | NO |
| 15. Ante falta de conformidad manifestada en el plazo de 3 años desde la entrega se repara o cambia el bien gratuitamente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. El reembolso por resolución se hace sin demora indebida y en un máximo de catorce días desde la recepción empresarial del mueble o desde la prueba de envío por el consumidor. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. Los datos obligatorios de un mueble con garantía comercial vienen en castellano y en soporte duradero. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente (APARTADO 3.8 DEL CBP) | SI | NO |
| 18. Hay hojas de reclamación y cartel oficial en lugar visible por el público. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. Facilita dirección postal, teléfono y e-mail del Servicio de Atención al Cliente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| Venta a plazos de muebles y crédito al consumo (APARTADOS 3.9 Y 3.10 DEL CBP) | SI | NO |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 20. Si ofrece aplazamiento de pago superior a 3 meses, da contrato escrito sujeto a la Ley 28/1998 (derecho de desistimiento, por ejemplo). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21. Si intermedia en crédito al consumo facilita la información obligatoria. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Precios (APARTADO 3.11 DEL CBP) | SI | NO |
| 22. Son visibles y legibles en el interior y en el escaparate. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Facturas y facturas simplificadas (APARTADO 3.12 DEL CBP) | SI | NO |
| 23. Se dan siempre y tienen, al menos, identificación social y fiscal, domicilio, teléfono, precio total, tipo o mención al IVA, plazo de entrega y condiciones de cambio y devoluciones. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Protección de datos (APARTADO 3.14 DEL CBP) | SI | NO |
| 24. Se aplica el Reglamento 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gestión de Residuos (APARTADO 3.15 DEL CBP) | SI | NO |
| 25. Se hace separación selectiva de residuos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 26. Facilita la recogida de viejos electrodomésticos si se compran otros nuevos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Compromisos de actuación (APARTADO 4 DEL CBP) | SI | NO |
| 27. Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo y lo anuncia en local y página web. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 28. Contesta a las reclamaciones en un máximo de 15 días. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 29. Reconoce derecho al cambio en contrato presencial. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 30. Revisa periódicamente estado, etiquetado y documentación de muebles. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 31. Presta asesoramiento especializado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 32. Si la zona de venta de muebles supera los 500 m ² , dedica al menos un 10% de la superficie útil a la venta de muebles con etiqueta ecológica o de madera certificada (FSC, PEFC, etc.). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DEL COMERCIO DE MUEBLES

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.



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



ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE ELECTRODOMÉSTICOS, MUEBLES DE COCINA Y AUTÓNOMOS



ADICAE
Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros



FEDERACION DE LA UNION NACIONAL DE CONSUMIDORES Y AMAS DE HOGAR DE ESPAÑA

