

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DEL COMERCIO TEXTIL

Una de las principales líneas estratégicas del Área de Gobierno de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, 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.

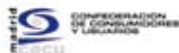
Los Códigos de Buenas Prácticas son una referencia útil para empresarios y comerciantes del sector. Recogen los requisitos y actuaciones necesarios para que los establecimientos aumenten los niveles de calidad y seguridad que la normativa establece, a fin de satisfacer las expectativas y necesidades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



PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ct

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS
en el sector del
**comercio
textil**



PRESENTACIÓN

El Área de Gobierno de Economía 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, son prioridades que desde el Ayuntamiento de Madrid se quieren potenciar mediante medidas como la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas.

En esta publicación se recogen los requisitos que la normativa establece así como una relación de buenas prácticas que los empresarios deberán desarrollar para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Con su edición, el Área de Gobierno de Economía 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, y elemento diferenciador entre las empresas.

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

Miguel Ángel Villanueva González

Delegado del Área de Gobierno de Economía y Empleo

ÍNDICE

| | |
|----|---|
| 7 | Introducción |
| 8 | 1. Objetivo del Código |
| | 2. Ámbito de aplicación |
| 9 | 3. Marco jurídico |
| 11 | 4. Definiciones |
| 14 | 5. Diagrama de actuación |
| 15 | 6. Requisitos legales aplicables al sector: |
| | 6.1 Etiquetado de productos textiles |
| 22 | 6.2 Etiqueta ecológica comunitaria |
| 24 | 6.3 Precios |
| | 6.4 Actividades de promoción de ventas y ventas especiales: requisitos y deber de información |
| 26 | 6.5 Facturas y tiques |
| 27 | 6.6 Garantías |
| 28 | 6.7 Responsabilidades |
| | 6.8 Hojas de reclamaciones |
| | 6.9 Publicidad |
| 29 | 6.10 Protección de datos |
| | 6.11 Seguridad en los productos y red de alerta |
| | 6.12 Horario en días laborables y publicidad de horarios |
| 31 | 7. Compromisos de actuación |
| 33 | 8. Seguimiento de la aplicación del Código |
| 34 | 9. Revisión y vigencia del Código |
| 35 | 10. Anexo I. Preguntas |
| 39 | 11. Anexo II. Protocolo de Autocontrol |

INTRODUCCIÓN

El presente “Código de Buenas Prácticas en el Sector del Comercio Textil” constituye la actualización del editado por el Área de Gobierno de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, elaborado en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 13 de diciembre de 1999, firmado con la **Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos de la Comunidad de Madrid**, y aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

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

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

Con la edición de este Código se promueve el autocontrol en el Sector del Comercio Textil y se garantizan unas correctas prácticas que redundan en una mayor protección de los derechos de los consumidores.

Finalmente, aquellos empresarios que se adhieran al presente Código y se comprometan, por tanto, a cumplir su contenido, podrán obtener el distintivo “Buenas Prácticas” que otorga el Ayuntamiento de Madrid. 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

El presente Código de Buenas Prácticas pretende constituir un manual práctico que facilite el cumplimiento de la normativa aplicable a las empresas del sector textil con el objeto de promover la calidad de sus servicios y acrecentar el grado de protección de los derechos de los Consumidores y Usuarios.

Con esta finalidad, y atendiendo a la petición formulada por ACOTEX al Ayuntamiento de Madrid, se ha incluido como Anexo, un cuestionario de preguntas y respuestas como instrumento de mejora del servicio prestado por los profesionales del sector a sus clientes, contribuyendo con ello a garantizar las necesidades y expectativas de éstos.

Las empresas que se adhieran a este Código se comprometen, entre otros aspectos, a llevar a cabo un adecuado autocontrol de la actividad desarrollada.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código de Buenas Prácticas será aplicable a los empresarios pertenecientes al sector del comercio textil, que tengan su domicilio social o que operen mediante sucursales ubicadas en el municipio de Madrid, pertenecientes a la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos de la Comunidad de Madrid (ACOTEX), que deseen adherirse al mismo, así como a todos aquellos empresarios y/o profesionales del sector señalado que manifiesten voluntariamente su adhesión.

3. MARCO JURÍDICO

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

ÁMBITO COMUNITARIO

- Reglamento (CE) nº 761/2001, de 19 de marzo. Protección del Medioambiente. Adhesión de las organizaciones, con carácter voluntario, a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS). (Modificado Anexo I por Reglamento (CE) nº 196/2006, de 3 de febrero).
- Decisión 2002/371/CE de la Comisión, de 15 de mayo de 2002, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria a los productos textiles. (Prorrogada vigencia por Decisión 2008/62/CE).

ÁMBITO ESTATAL

- Real Decreto 928/1987, de 5 de junio. Productos Textiles. Etiquetado y Composición.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Orden de 15 de febrero de 1990 por la que se establece la normativa para el etiquetado informativo de los guantes.
- Orden de 15 de febrero de 1990 por la que se establece la normativa para el etiquetado informativo de los artículos de marroquinería, viaje y guarnicionería.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.
- Real Decreto 1507/2000, de 1 septiembre, por el que se actualiza los catálogos de productos y servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado y de bienes de naturaleza duradera.
- 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 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, que aprueba el Reglamento que regula las obligaciones de facturación y se modifica el Reglamento del Impuesto sobre el valor añadido.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, Seguridad General de los Productos.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Ley 11/1998, de 9 julio, de Protección de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid.
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid. (Modificada por Ley 1/2008, de 26 de junio de Modernización de la Comunidad de Madrid).
- Ley 8/2001, de 13 de julio de Protección de Datos de Carácter Personal en la Comunidad de Madrid.
- Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998.
- Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999.
- Decreto 25/2003, de 27 de febrero, para la aplicación en la Comunidad de Madrid del Reglamento (CE) 761/2001, de 19 de marzo de 2001.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de Residuos de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 216/2003, de 16 de octubre de aplicación del sistema revisado de etiqueta ecológica comunitaria en la Comunidad de Madrid.
- Decreto 153/2007, de 20 de diciembre, por el que se establece el calendario comercial de apertura de establecimientos en domingos y festivos durante el año 2008.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza sobre supresión de Barreras Arquitectónicas en las Vías Públicas y Espacios Públicos. (B.O. Ayuntamiento de Madrid 04-12-1980).
- Ordenanza General de Protección del Medio Ambiente Urbano (B.O. Ayuntamiento de Madrid 05-12-1985).
- Ordenanza Municipal de Protección de los Consumidores del Ayuntamiento de Madrid. (B.O.C.M. 1-7-2003).

4. DEFINICIONES

Actividad comercial minorista

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

Artículos textiles

Hilos, tejidos en pieza y artículos confeccionados que contienen al menos un 80% en masa de materia textil.

Algodón orgánico

Es aquél que no ha sido tratado con producto químico o sintético durante los procesos de cultivo y recolección.

Autocontrol

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

Consumidor y usuario

Son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional.

Contratos celebrados a distancia

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

Establecimientos comerciales

Los locales, construcciones e instalaciones de carácter fijo y/o permanente, cubiertas o sin cubrir, exentas o no, exteriores o interiores, con escaparates o sin ellos, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales minoristas, ya sea de forma continuada o periódica, o en días o temporadas determinadas, así como cualesquiera otras que reciban tal calificación en virtud de una disposición legal o reglamentaria.

Etiqueta ecológica

Representa los productos que tienen un potencial para reducir algunos efectos ambientales negativos en comparación con otros productos pertenecientes a la misma categoría.

Etiquetado del producto

Todos los productos textiles, salvo los exceptuados legalmente, para su puesta en el mercado, tanto en el ciclo industrial como en el comercial, deberán ser etiquetados por el fabricante, comerciante o importador del producto.

Garantías

El vendedor está obligado a entregar al consumidor y usuario productos que sean conformes con el contrato, respondiendo frente a él de cualquier falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del producto.

El consumidor y usuario tiene derecho a la reparación del producto, a su sustitución, a la rebaja del precio o a la resolución del contrato, de acuerdo con lo previsto en la ley.

Marca

Se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.

Nombre comercial

Se entiende por nombre comercial todo signo susceptible de representación gráfica que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

Precio de venta

Es el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y todos los demás impuestos.

Producto seguro

Se consideran seguros los bienes o servicios que, en condiciones de uso normales o razonablemente previsibles, incluida su duración, no presenten riesgo alguno por la salud o seguridad de las personas, o únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio considerados admisibles dentro de un nivel elevado de protección de la salud y seguridad de las personas.

Productos textiles

Son todos aquellos que en bruto, semielaborados, elaborados, semifabricados, manufacturados, semiconfeccionados o confeccionados, están compuestos exclusivamente por fibras textiles, cualquiera que sea el proceso seguido para su mezcla y obtención.

Red de alerta

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

Ventas en liquidación

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

- Cesación total o parcial de la actividad de comercio.
- Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.
- Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad.

Ventas con obsequio

Se consideran ventas con obsequio, aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de artículos.

Ventas de promoción

Se consideran ventas de promoción, aquellas que tienen por finalidad dar a conocer un nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos, mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos homogéneos, que se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales.

Venta en rebajas

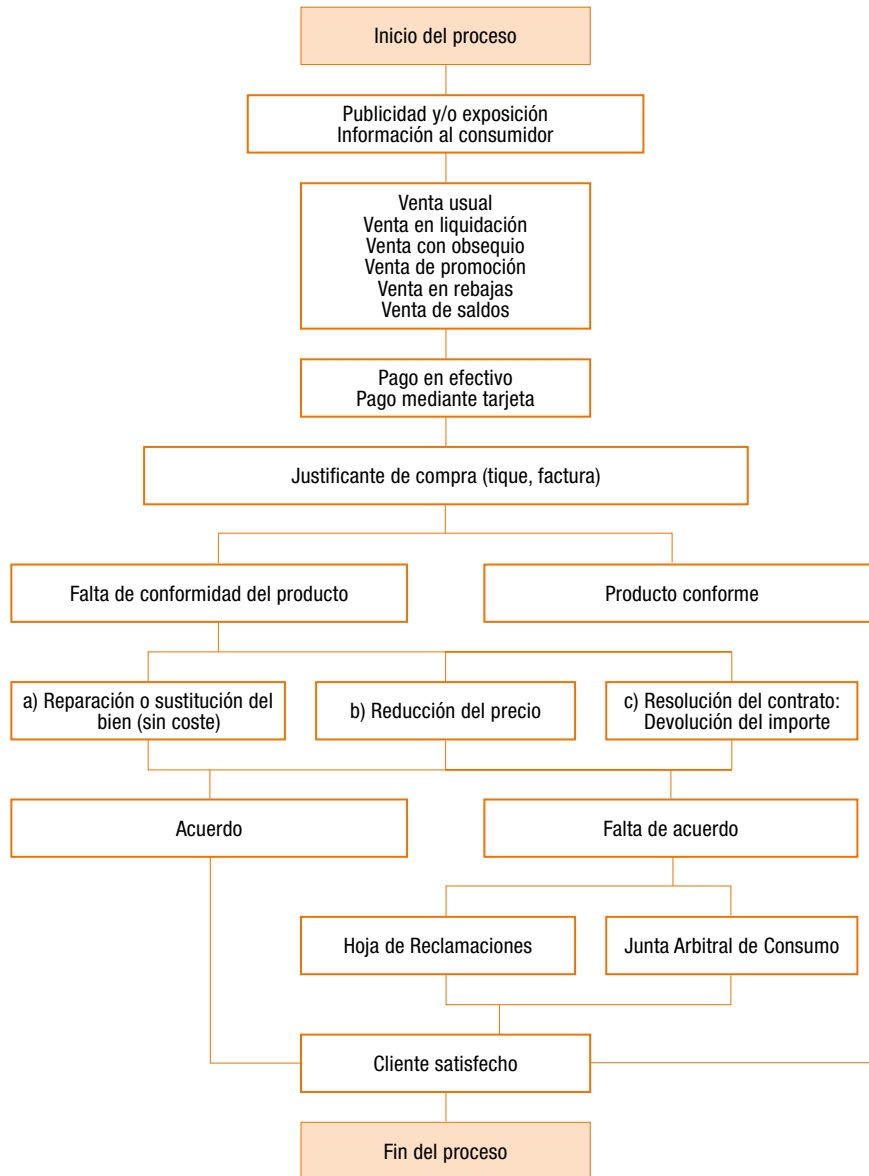
Existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta. No estarán incluidos los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

Venta de saldos

Se considera venta de saldos, la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa de deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos.

5. DIAGRAMA DE ACTUACIÓN

El diagrama adjunto muestra esquemáticamente, la secuencia de actividades llevadas a cabo por un consumidor en relación a la compra de un producto textil, así como las situaciones de conformidad o no conformidad derivadas de la misma. Dicho diagrama va a servir de base para determinar los puntos de control de calidad necesarios para asegurar una adecuada prestación del servicio y el cumplimiento de las expectativas del cliente.



6. REQUISITOS LEGALES APLICABLES AL SECTOR

Con carácter general, el etiquetado y presentación de los bienes puestos a disposición de los consumidores y usuarios, y las modalidades de realizarlo, deberán ser de tal naturaleza que no se induzca a error al consumidor y usuario, especialmente, sobre las características del bien y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.

6.1. Etiquetado de productos textiles

Todos los productos textiles, para su puesta en el mercado, serán etiquetados de acuerdo con lo que a continuación se indica:

- 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.
- Para los productos textiles importados de países no pertenecientes a la Unión Europea y distribuidos en el mercado nacional, el número de identificación fiscal del importador.
- Composición del artículo textil.
 - Todo producto textil compuesto por dos o más fibras, en el que una de ellas represente el 85 por 100 del peso total, como mínimo, se designará mediante alguna de las siguientes formas:
 - Por el nombre de la fibra y su porcentaje en peso.
 - Por el nombre de la fibra y la indicación de “85 por 100 mínimo”.
 - Por la composición porcentual completa del producto, ordenada de mayor a menor.
 - Todos los productos textiles compuestos por dos o varias fibras, en los que ninguna de ellas alcance el 85 por 100 del peso total, serán designados por la denominación y el porcentaje del peso de, al menos, las dos fibras con porcentajes mayores seguidos de la enumeración de las denominaciones de las demás fibras que componen el producto, en orden decreciente según su porcentaje en peso, con o sin indicación del mismo.
- En las prendas de confección y punto, a excepción de calcetería y medias, la etiqueta será de cualquier material resistente, preferentemente de naturaleza textil, irá cosida o fijada a la propia prenda, de forma permanente, y deberá tener su misma vida útil.
- Cuando los productos textiles sean ofrecidos a la venta con una envoltura, el etiquetado deberá figurar además en la propia envoltura, salvo que pueda verse claramente el etiquetado del producto.
- Cuando un producto textil esté formado por dos o más partes que representen más del 30% del peso total del mismo y cuya composición sea diferente, deberá figurar una etiqueta que indique el contenido en fibras de cada una de ellas.
- Todas las indicaciones **obligatorias** deberán aparecer con caracteres, claramente visibles y fácilmente legibles por el consumidor. Las denominaciones, calificativos y contenidos en fibras se indicarán con los mismos caracteres tipográficos.

- Las indicaciones o informaciones **facultativas**, tales como “símbolos de conservación”, “inencogible”, “ignífugo”, “impermeable”, entre otras, deben aparecer netamente diferenciadas.

Dicha información podrá contener, según proceda, los siguientes símbolos de **composición y/o calidad**:



Pura lana virgen



Rico en lana virgen



Algodón



Seda



Lino



Etiqueta Ecológica

Etiqueta informativa
CALITAXAlgodón
Orgánico

En cuanto a la **conservación de las prendas**, la norma internacional UNE-EN ISO 3758, establece un sistema de símbolos gráficos que figuran en el etiquetado facilitando información para un mejor uso de aquellas:

Símbolos para los procesos de lavado

Proceso de lavado



Temperatura máxima de lavado 95°C
Proceso normal



Temperatura máxima de lavado 95°C
Proceso suave



Temperatura máxima de lavado 70°C
Proceso normal



Temperatura máxima de lavado 60°C
Proceso normal



Temperatura máxima de lavado 60°C
Proceso suave



Temperatura máxima de lavado 50°C
Proceso normal



Temperatura máxima de lavado 50°C
Proceso suave



Temperatura máxima de lavado 40°C
Proceso normal



Temperatura máxima de lavado 40°C
Proceso suave



Temperatura máxima de lavado 40°C
Proceso muy suave



Temperatura máxima de lavado 30 °C
Proceso normal



Temperatura máxima de lavado 30 °C
Proceso suave



Temperatura máxima de lavado 30 °C
Proceso muy suave



Lavado a mano
Temperatura máxima 40 °C



No lavar

Símbolos para los procesos de blanqueo

Proceso de blanqueo



Se permite cualquier agente oxidante de blanqueo



Sólo se permite un blanqueo con un agente oxidante exento de cloro



No blanquear / ningún blanqueante

Símbolos para el secado en tambor



Proceso de secado en tambor

Secado en tambor permitido
Temperatura normal



Secado en tambor permitido
Secado a menor temperatura



Secado en tambor no permitido

Símbolos para el planchado



Planchado a la temperatura máxima de la placa interior de 200 °C



Planchado a la temperatura máxima de la placa interior de 150 °C



Planchado a la temperatura máxima de la placa interior de 110 °C
La plancha de vapor puede causar un daño irreversible



No planchar

Símbolos para la conservación profesional del textil



Limpieza en seco profesional en tetracloroetano y todos los disolventes enumerados para el símbolo F
Proceso normal



Limpieza en seco profesional en tetracloroetano y todos los disolventes enumerados para el símbolo F
Proceso suave



Limpieza en seco profesional en hidrocarburos (temperatura de destilación entre 150 °C y 210 °C, punto de inflamación entre 38 °C y 70 °C)
Proceso normal



Limpieza en seco profesional en hidrocarburos (temperatura de destilación entre 150 °C y 210 °C, punto de inflamación entre 38 °C y 70 °C)
Proceso suave



No lavar en seco



Limpieza profesional en húmedo
Proceso normal



Limpieza profesional en húmedo
Proceso suave



Limpieza profesional en húmedo
Proceso muy suave

Símbolos para los procesos de secado natural

Proceso de secado natural



Secado al aire



Secado por goteo



Secado plano



Secado a la sombra

Ejemplos de términos adicionales relativos a la conservación de artículos textiles:

- retirar... antes del lavado
- lavar separadamente
- lavar con colores similares
- lavar antes de usar
- lavar del revés
- no escurrir o torcer
- sólo con paño mojado
- no añadir suavizante de tejidos
- retirar inmediatamente
- planchar sólo el lado del envés
- usar un paño para planchar
- secado plano
- lavar sólo profesionales del cuero o piel
- sin blanqueadores ópticos
- usar una red de lavado
- no planchar con vapor
- sólo vapor
- se recomienda plancha de vapor
- secar sin contacto directo con el calor
- re-formar en estado húmedo
- secado al aire
- re-formar y secado plano
- secado con goteo
- secar sin sol

Los comerciantes podrán etiquetar los productos textiles con marcas registradas, a las que deberán añadir los datos relativos a su nombre, razón social o denominación y domicilio, así como su número de identificación fiscal. En este caso, el comerciante, será responsable del producto y por tanto, de todas las infracciones en que aquél pueda incurrir.

Todas las inscripciones a las que se ha hecho referencia deberán figurar obligatoriamente, al menos, en la lengua española oficial del Estado.

6.1.1. Etiquetado de guantes y complementos

El etiquetado de todo tipo de guantes (excepto los de seguridad destinados a uso profesional y los que tengan una regulación específica) y de artículos de marroquinería y viaje, considerando como tales, entre otros, los siguientes:

- los artículos de viaje y bolsos.
- los cinturones, carteras, portafolios de documentos y carteras de colegial, cajas, estuches y fundas, etc siempre y cuando estén elaborados total o parcialmente con piel, cuero o materiales sustitutivos, deben atenerse a las siguientes prescripciones, para su puesta en el mercado:

1. Nombre, razón social o denominación del fabricante o del vendedor establecido en la UE, así como su domicilio. Para los fabricados en España, se indicará el número de registro industrial del fabricante o el número de registro artesanal, en su caso. Para los procedentes de terceros países no comunitarios se hará constar los datos del importador y su NIF.

2. Composición y diferenciación de las partes fundamentales del producto:

- a) parte exterior: se especificará la composición de la base y de los complementos (asas, cantoneras).
- b) parte interior o forro, y en su caso,
- c) el armazón o elemento resistente.

Los materiales utilizados en dichas partes se indicarán mediante las denominaciones: piel, cuero, textil, sintético, madera, corcho, cartón y metal.

Cuando la parte exterior sea de piel o cuero se identificará asimismo la especie animal del que procede.

Si el material textil representa más del 80% en peso del artículo cumplirá, si procede, las especificaciones expuestas en el apartado de etiquetado de esos productos.

En caso de partes metálicas, se deberá especificar el tipo de metal de su recubrimiento. Si fueran metales preciosos se indicará el espesor, ley y demás requisitos exigidos por la normativa.

3. Referencia que sirva para identificar el artículo en las facturas y demás documentos, y se corresponderá con la marcada en el interior o exterior de cada unidad.

4. Toda la información que figure en la etiqueta irá redactada, al menos, en castellano.

5. El etiquetado de las distintas partes de los artículos se efectuará de modo que el consumidor pueda fácilmente entender a qué parte se refieren las indicaciones.

6. Todas las indicaciones obligatorias del etiquetado deberán aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles.

7. Esta información constará en la etiqueta incorporada al artículo mediante un hilo resistente o adherido al mismo, salvo que pueda dañar al producto, en cuyo caso se situará dentro o en su envase, siendo visible en el momento de la venta al consumidor.

Cuando el reducido tamaño de algún artículo imposibilite su etiquetado, deberá identificarse su composición ante el cliente que lo solicitase.

6.1.2 Fijación del etiquetado de los productos textiles

El etiquetado obligatorio de los productos textiles, para su puesta en el mercado y venta directa al consumidor, se efectuará de la siguiente forma:

- **Hilados:** figurará en las cajas o envoltorios, y se hará constar, además el número de unidades que contiene cada envase. Cuando la unidad de venta tenga un peso igual o superior a 40 gramos, el etiquetado constará, también, en cada unidad. Además, figurará el contenido de la unidad de hilo, con mención del número de metros o peso en gramos por unidad, quedando exceptuados los hilados que se vendan al peso, en cuyo caso, mediante un rótulo o cartel, se indicará el precio por kilogramo.
- **Tejidos:** el etiquetado será obligatorio en cada pieza, pudiendo estar tejido o impreso sobre la pieza o en el orillo, cada tres metros, o mediante etiqueta adherida en ambos extremos de la pieza o en el plegador de tal forma que esta ha de ser visible durante el tiempo que el producto permanezca a la venta.

- **Pasamanería, encajes y bordados:** será suficiente que el etiquetado figure en la caja u otras formas de envoltura, con indicación del número de unidades que contiene, así como el metraje o peso de unidad.
- **Confección y géneros de punto:** cada prenda individual llevará la preceptiva etiqueta en la que se harán constar los datos consignados en el apartado 6.1 “Etiquetado de productos textiles”. En aquellas confecciones que se comercialicen por juegos o por elementos independientes, debe igualmente, marcarse cada pieza.
- En las confecciones denominadas **textiles del hogar y de ropa de mesa y cama** que se comercialicen por juegos o por elementos independientes, deberá marcarse cada pieza con etiqueta. Cuando se ofrezcan al comprador presentados en cajas o en otras formas de envoltura, el etiquetado deberá figurar además en la caja o envoltura y se hará constar el número de piezas que contiene. Únicamente quedan excluidos de lo anterior los juegos de ropa de mesa, en cuyo caso podrá figurar una sola etiqueta en la pieza principal.
- En **mantas, alfombras, tapices, visillos, cortinas o similares** que no se comercialicen por metros, el etiquetado será obligatorio para cada unidad, cualquiera que sea su dimensión o peso, mediante una etiqueta de las mismas características que las exigidas en los supuestos anteriores. Si se tratara de piezas vendibles por metros, el etiquetado se exigirá en cada pieza, figurando en ambos extremos de la misma, o bien en su plegador o bastidor. Para las alfombras y tapices, a la hora de detallar su composición no se tendrá en cuenta el tejido de base.
- **Otros productos textiles:** Cualquier otro producto textil, no contemplado en los apartados anteriores, llevará un etiquetado por cada unidad individual, salvo:
 - Los productos exentos de obligación de etiquetado recogidos en la normativa específica (Anexo III RD 928/1987), entre los que figuran, artículos de marroquinería y guarnicionaría (en materia textil), artículos de viaje (de materia textil), sombreros de fieltro, pulseras de reloj (de materia textil), etiquetas y escudos, flores artificiales, etc.
 - Los productos para los que la normativa específica establece como obligatorio un etiquetado global con las indicaciones de composición (Anexo IV RD 928/1987), entre los que figuran los paños de limpieza, orlas y adornos, pasamanería, cinturones, tirantes, cordones, cintas, manteles individuales, pañuelos, etc.

6.2. Etiqueta Ecológica Comunitaria

Los productos textiles con escaso impacto ambiental, en cumplimiento de una serie de requisitos medioambientales y de los criterios ecológicos específicos para estos productos, podrán obtener el distintivo de etiqueta ecológica comunitaria.

La etiqueta ecológica aporta numerosas ventajas a todos los grupos implicados en la actividad comercial del sector textil, a nivel medioambiental: mejora la imagen de la empresa, permite al comercio disponer de información exacta sobre los productos en venta y garantiza al consumidor el adquirir un producto respetuoso con el entorno y la salud.

Los comerciantes y detallistas podrán solicitar la concesión de etiqueta ecológica para productos puestos en el mercado con su propio nombre. Dicha solicitud se presentará ante el correspondiente organismo competente en esta materia, que en el ámbito de la Comunidad de Madrid es la Dirección General de Promoción y Disciplina Ambiental dependiente de la Consejería de Medio Ambiente, para productos cuya procedencia sea la Comunidad de Madrid y/o se comercialicen en su ámbito territorial.

Cuando un producto lleve la etiqueta ecológica comunitaria así como la nacional ambos logotipos se presentarán uno junto al otro en el producto de que se trate.

La etiqueta ecológica únicamente podrá utilizarse y hacer referencia a ella en la publicidad, una vez que sea concedida y solamente en relación con el producto específico para el que se haya concedido.

Se prohíbe la publicidad falsa o engañosa, así como la utilización de cualquier etiqueta o logotipo que pueda confundirse con la etiqueta ecológica comunitaria.

Descripción de la etiqueta ecológica comunitaria a los productos textiles:

Consta de dos partes: recuadro 1 y recuadro 2, según consta en la figura.

El recuadro 2 de la etiqueta ecológica deberá figurar el texto siguiente:

- Baja contaminación del agua
- Utilización limitada de sustancias nocivas
- Abarca toda la cadena de producción.



Para productos de pequeño tamaño, el recuadro 2 puede omitirse en determinadas aplicaciones siempre que en otras relacionadas con el mismo producto se utilice la etiqueta completa.

6.3. Precios

Se indicará el precio de venta en todos los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores.

Se indicará el precio por unidad de medida en:

- Todos los productos que deban llevar una indicación de la cantidad a cuya magnitud deberán referirse.
- Los productos comercializados por unidades o piezas, utilizándose en este caso el uno como referencia de la unidad.

El precio de venta y el precio por unidad de medida deberán ser:

- Inequivocos, fácilmente identificables y claramente legibles, situándose en el mismo campo visual.
- Visibles por el consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información.

Los precios serán expuestos al público mediante la exhibición de carteles o a través de un soporte escrito. La información facilitada a los consumidores sobre el precio, se entiende total, con inclusión de toda carga, impuesto o gravamen, debiendo asimismo indicarse, los descuentos, suplementos o incrementos eventuales correspondientes a operaciones complementarias o especiales, que les puedan ser aplicados, en su caso.

En caso de proximidad de artículos con precios diversos, deben estar suficientemente separados, de forma que no pueda inducir a error en la compra.

Las ofertas concretas realizadas a través de soportes publicitarios y/o informativos deben también incorporar el precio total de los productos.

6.4. Actividades de promoción de ventas y ventas especiales: requisitos y deber de información

6.4.1. Ventas en liquidación

Los establecimientos del sector del comercio textil que anuncien ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

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

6.4.2. Ventas con obsequio

Durante el periodo de oferta de venta con obsequio queda prohibido subir el precio, así como disminuir la calidad de producto.

El número de existencias, así como las bases por las que se regulen concursos, sorteos, o similares, deberán constar claramente en el establecimiento, a disposición del público.

6.4.3. Ventas de promoción

Los productos en promoción, no podrán estar deteriorados o ser de inferior calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.

En la información al público, y en sitio perfectamente visible, deberán figurar con claridad: el producto o productos objeto de promoción, las condiciones de venta y el periodo de vigencia de la promoción, debiendo disponer, durante el mismo, de existencias suficientes para hacer frente a la oferta.

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

6.4.4. Venta en rebajas

En la actualidad, las ventas en rebajas que se establecen para la Comunidad de Madrid son:

- Del 1 de enero al 31 de marzo, ambos inclusive, para la temporada de invierno.
- Del 21 de junio al 21 de septiembre, ambos inclusive, para la temporada de verano.

Dentro de dichas temporadas, la duración de cada periodo de rebajas será como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, de acuerdo con la decisión libre de cada comerciante. Dichas fechas deberán exhibirse en los establecimientos comerciales en sitio visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

Las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto al precio habitual, el precio rebajado.

Los artículos objeto de la venta en rebajas, deberán haber estado incluidos en la oferta habitual de ventas, durante un periodo mínimo de un mes.

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

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

6.4.5. Venta de saldos

Los comerciantes podrán practicar la venta de saldos, siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones, informando de la duración de los saldos. En caso de ser permanentes se hará constar tal circunstancia.

Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados, deberá constar expresamente esta circunstancia de manera precisa y ostensible, de forma que puedan ser identificados por el consumidor.

6.5. Facturas y tiques

Los empresarios o profesionales pertenecientes al sector del comercio textil, están obligados a expedir y entregar, en su caso, factura u otros justificantes por las operaciones que realicen en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional, así como a conservar copia o matriz de aquellos.

Igualmente, deben conservar las facturas u otros justificantes recibidos de otros empresarios o profesionales por las operaciones de las que sean destinatarios y se efectúen en el desarrollo de su actividad comercial.

La obligación de expedir factura podrá ser cumplida mediante expedición de tique y copia de éste en las operaciones de ventas al por menor, cuando su importe no exceda de 3000 euros (IVA incluido).

Los consumidores tienen derecho a recibir de los proveedores de bienes, productos y servicios, si así lo solicitan, una factura o recibo de los pagos efectuados donde consten 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 y destinatario de las operaciones.
- c) Número de Identificación Fiscal del obligado a expedir factura.
- d) Fecha de expedición.
- e) Descripción de las operaciones o concepto.
- f) Tipo impositivo aplicado o la expresión (IVA incluido).
- g) Contraprestación total.

No obstante, no será obligatoria la consignación en la factura o tique de los datos de identificación del destinatario, cuando éste no tenga la consideración de empresario y/o profesional y la contraprestación de la operación sea inferior a 100 euros (IVA incluido).

Las facturas o documentos sustitutivos podrán expedirse en cualquier lengua y por cualquier medio, en papel o soporte electrónico, que permita constatar su contenido. Las facturas o documentos sustitutivos deberán ser expedidos en el momento de realizarse la operación, sin perjuicio de las demás consideraciones reflejadas en el RD. 1496/2003, de 28 de noviembre.

Los importes que figuran en las facturas o documentos sustitutivos podrán expresarse en cualquier moneda, a condición de que el importe del impuesto, que en su caso se repercuta, se exprese en euros.

6.6. Garantías

El vendedor está obligado a entregar al consumidor productos que sean conformes con el contrato, respondiendo frente a él de cualquier falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del producto.

Si el producto no fuera conforme con el contrato, el consumidor podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del bien, salvo que una de estas opciones resulte imposible o desproporcionada. Se considerará que una de las opciones es desproporcionada cuando los costes que imponga al vendedor, en comparación con la otra posibilidad, no sean razonables, teniéndose en cuenta el valor que tendría el producto si no hubiera falta de conformidad, la relevancia de la misma y si la opción alternativa se pudiese realizar sin inconvenientes mayores para el consumidor.

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

El vendedor responderá frente al consumidor ante cualquier falta de conformidad que se manifieste, en un plazo de dos años, desde la entrega. Se presumirá que las faltas de conformidad que se manifiesten en los seis meses posteriores a la entrega del producto, ya existían cuando éste se entregó. El consumidor y usuario deberá informar al vendedor de la falta de conformidad en el plazo de dos meses desde que tuvo conocimiento de ella.

En los productos de segunda mano, el vendedor y el consumidor podrán pactar un plazo menor, que no podrá ser inferior a un año desde la entrega, considerando como fecha de ésta, la de la factura o tique de compra.

6.7. Responsabilidades

El comerciante tiene obligación de vender los artículos que oferte o tenga expuestos atendiendo al orden temporal de las solicitudes. Se excluyen los objetos sobre los que se advierta que no se encuentran a la venta o que, claramente, formen parte de la instalación o decorado.

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

Con carácter general, y sin perjuicio de que la responsabilidad del productor cesara, en los mismos plazos y condiciones que los establecidos para el vendedor, el productor responderá por la falta de conformidad cuando ésta se refiera al origen, identidad o idoneidad de los productos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad, y con las normas que los regulan.

También los productores serán responsables de los daños causados por los defectos de los productos que, respectivamente, fabriquen o importen.

6.8. Hojas de reclamaciones

Todos los establecimientos tendrán a disposición de los clientes hojas de reclamaciones y exhibirán de modo permanente y perfectamente visible al público, el cartel oficial que anuncia su existencia.

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

La edición y distribución de las hojas de reclamaciones, así como de los carteles de tenencia de las mismas corresponde a los Ayuntamientos, en concreto a los Servicios Municipales de Consumo. Para su obtención los empresarios deberán dirigirse al Ayuntamiento donde radique su domicilio social, aportando la documentación acreditativa del ejercicio de la actividad.

6.9. Publicidad

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

Se prohíbe, con carácter general, el empleo de cualquier procedimiento de publicidad, promoción, exposición, envasado y venta susceptible de crear una confusión en el comprador acerca de la naturaleza, composición y origen de los productos textiles.

Se prohíbe expresamente el empleo de toda inscripción, marca, diseño o cualquier mención que pueda evocar la idea de una fibra textil determinada, cuando el producto no contenga una proporción de dicha fibra igual o superior al 85 por 100 en peso, con excepción de lo previsto en la normativa de aplicación.

6.10. Protección de datos

Los establecimientos sólo podrán solicitar de los usuarios aquellos datos que sean adecuados, pertinentes y no excesivos, en relación con el ámbito y desarrollo de su actividad, los cuales deberán ser exactos, actualizados y veraces. Se prohíbe la recogida de datos por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.

Dichos datos no podrán ser conservados una vez dejen de ser útiles para la función prevista, siendo cancelados cuando no sean necesarios.

6.11. Seguridad de los productos y red de alerta

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

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

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

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

6.12. Horario en días laborables y publicidad de horarios

Cada comerciante determinará libremente los días y el horario de apertura y cierre de sus establecimientos en el conjunto de los días laborables de la semana.

Asimismo, cada comerciante determinará libremente el horario de apertura correspondiente a cada domingo o festivo autorizado, conforme a la normativa vigente en esta materia.

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

Los pequeños y medianos establecimientos situados en el entorno inmediato de los mercados y mercadillos de venta ambulante autorizados que tradicionalmente se celebren en domingos y festivos, podrán permanecer abiertos el mismo horario que éstos.

Las denominadas tiendas de conveniencia, tienen plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público en todo el territorio nacional.

7. COMPROMISOS DE ACTUACIÓN

Sin perjuicio del cumplimiento de todos los requisitos establecidos legalmente, los establecimientos del sector textil que se adhieran al presente Código, se comprometen al cumplimiento de los siguientes compromisos de actuación:

- 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 art. 25 del R.D. 231/2008, de 15 de febrero.

Son características esenciales del Sistema Arbitral de Consumo:

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

La adhesión al Sistema Arbitral de Consumo se anunciará en el local mediante el correspondiente distintivo.

- Con periodicidad anual, cumplimentarán el protocolo de autocontrol que deberán remitir al Ayuntamiento de Madrid, junto con la documentación solicitada al respecto, para su verificación y posterior concesión del símbolo de calidad “Buenas Prácticas”. Todo ello, sin perjuicio de las actividades de inspección y control que desarrollen las Administraciones Públicas en aquellas prácticas que pudieran ser objeto de infracción administrativa.
- En la prestación del servicio al cliente, se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total, evolucionando de modo permanente de acuerdo con las exigencias del mercado, contribuyendo a ello, mediante la revisión del etiquetado obligatorio de las prendas recepcionadas, para verificar su conformidad antes de exponerlas a la venta.
- Se atenderá al usuario sin discriminación alguna, y por orden de petición del servicio, independientemente del motivo que lo origine (compra, devolución, etc.).
- No se distribuirán productos que sean copia de marcas registradas ni aquellos que por su nombre induzcan a error sobre la marca.
- 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.
- Facilitarán las hojas de reclamaciones siempre que sean solicitadas por los consumidores y/o usuarios, ayudándoles a su cumplimentación, si fuera necesario.

- Los productos se dispondrán en el establecimiento ordenados por categorías, adoptando el criterio que se considere más adecuado, de manera que se facilite la búsqueda del producto y su elección por parte del comprador. Así, aparecerán claramente diferenciadas e identificadas las diferentes secciones, ofertas especiales, los productos de avance de temporada, etc.
- 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.
- Las empresas prestarán especial atención a la formación continua de los empleados e involucrará al personal trabajador en el cumplimiento de este Código de Buenas Prácticas y, en particular, de los compromisos de actuación.
- Como establecimientos de uso público, facilitarán el acceso a los mismos a las personas en situación de limitación o movilidad reducida (rampas de acceso...).
- Colaborarán en la protección del medio ambiente mediante la utilización de embalajes y bolsas fabricados con materiales no contaminantes y reciclables, fomentando la utilización de papel reciclado para la elaboración de catálogos y folletos publicitarios. Asimismo, procederán a depositar los residuos generados, según el tipo, en contenedores específicos, facilitando de esta forma, su segregación y gestión.
- En los pagos efectuados a través de tarjetas electrónicas, con el fin de dotar a la transacción comercial de la mayor seguridad posible, se solicitará al comprador la exhibición del documento de identidad personal o similar, para comprobar los datos facilitados.
- En aquellos locales que vendan artículos susceptibles de ser probados, dispondrán de probadores que reúnan unas mínimas condiciones de tamaño, iluminación, existencia de percheros, espejos, etc.
- El empresario anunciará en el local, la adhesión voluntaria a este Código de Buenas Prácticas, mediante el correspondiente distintivo acreditativo, así como su existencia a disposición de los consumidores que deseen consultarlo.
- 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.
- Asimismo, mantendrán a disposición del público, cualquier otro material divulgativo facilitado por las administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas.

8. SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO

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

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

La exhibición del símbolo de calidad por parte de aquellos establecimientos que incumplan en algún momento alguno de los aspectos, tanto legales como de calidad, contenidos en este Código, producirá la retirada del símbolo y prohibición absoluta de su utilización.

El Ayuntamiento de Madrid procederá a inscribir en el correspondiente Registro de Empresas Adheridas y Concesionarias del Símbolo de Calidad “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.

9. 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.

10. ANEXO I. CUESTIONARIO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS EN RELACIÓN A LA ACTIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR TEXTIL

1. Como empresario ¿qué información mínima debo tener expuesta al público?

En todos los establecimientos, deberá figurar en sitio visible, incluso cuando esté cerrado el establecimiento, la información del calendario y horario de apertura y cierre, incluido los domingos y festivos que vayan a permanecer abiertos.

Asimismo, deberán ofrecer información a través de soporte escrito o mediante la exhibición de carteles, sobre el precio de todos los productos puestos a disposición de los consumidores, con inclusión de todo impuesto o gravamen que les afecte, así como de los descuentos que le sean aplicados, en su caso.

Los establecimientos comerciales también se encuentran obligados a exhibir en el establecimiento, de modo permanente y perfectamente visible al público, un cartel según modelo oficial, en el que figure de forma legible la leyenda «Existen hojas de reclamaciones a disposición del consumidor».

2. ¿Qué ocurre en el caso de que los artículos recepcionados en una tienda no estén debidamente etiquetados?

El empresario efectuará la devolución de los mismos al proveedor que corresponda, a fin de que cuando los exponga a la venta estén provistos del correspondiente correcto etiquetado.

3. ¿Tiene el vendedor obligación de entregar las Hojas de Reclamaciones cuando le son solicitadas por los clientes?

Si, deberá facilitarlas de forma obligatoria y gratuita al consumidor que se lo solicite.

4. ¿Dónde puede el empresario adquirir las Hojas de Reclamaciones?

Corresponde a los Ayuntamientos la edición y la distribución de las Hojas de Reclamaciones y de los carteles informativos correspondientes.

Concretamente, y en lo que respecta a los establecimientos del sector textil cuyo domicilio social radique en el término municipal de Madrid, podrán adquirirlas de forma gratuita en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) del Área de Gobierno de Economía y Empleo o bien en las OMICs de las 21 Juntas Municipales de Distrito del Ayuntamiento de Madrid.

5. ¿Cómo ha de ser cumplimentada una Hoja de Reclamaciones? ¿El cliente se las puede llevar para cumplimentarlas en casa?

Con carácter previo a su entrega al consumidor, el titular o empleado del establecimiento deberá cumplimentar debidamente el recuadro correspondiente a la identificación del establecimiento y del prestador del servicio.

El consumidor cumplimentará la hoja de reclamación en el establecimiento, local, o dependencia en donde lo solicite, haciendo constar su nombre, apellidos, domicilio, número del documento nacional de identidad o pasaporte, así como los demás datos que se incluyen en el modelo, exponiendo claramente los hechos que han motivado la queja, con expresión de la fecha en que ocurrieron.

Asimismo, el titular o empleado del establecimiento o dependencia consignará, en su caso, en el apartado correspondiente, las alegaciones que considere pertinentes y procederá a firmar y sellar el juego de hojas de reclamaciones, haciendo entrega del mismo al consumidor.

Cumplimentada la hoja de reclamación, el consumidor entregará el ejemplar para el establecimiento al titular o empleado del mismo y conservará en su poder los ejemplares para la Administración y para el reclamante. El consumidor dirigirá a la Administración el ejemplar correspondiente a la misma, y conservará el suyo.

Junto con la hoja de reclamaciones el consumidor podrá presentar la factura o justificante de pago, el contrato, los folletos informativos, el documento de garantía y cuantas pruebas o documentos sirvan para mejorar la valoración de los hechos.

6. ¿Qué especificaciones han de realizar los establecimientos comerciales que efectúen algún tipo de promoción de venta y/o venta especial?

Los establecimientos comerciales cuando efectúen algún tipo de promoción de venta y/o venta especial (liquidación, saldos, rebajas, etc) deberán anunciar con claridad y precisión el tipo de venta que pretendan realizar, especificando el período de duración de las mismas y/o el motivo, en su caso, conforme a lo estipulado en la normativa aplicable.

7. ¿Pueden ser expuestos a la venta artículos con tara o defectuosos?

Sí, mediante la modalidad de venta a “saldos”. Los artículos se ofertarán a precio inferior al habitual, debiendo estar indicado de forma clara y precisa la tara o defecto que presente a fin de que sea fácilmente identificado por el consumidor.

8. ¿Tiene que figurar en el tique el concepto que identifique el artículo objeto de la compra?

Sí, es obligatorio, además le facilita al consumidor el poder identificar el artículo objeto de la compra, para cualquier trámite de reclamación, en su caso.

9. ¿Es obligatorio marcar los precios en todos los productos existentes en un establecimiento comercial incluidos los que se exhiben en los escaparates?

Los establecimientos comerciales están obligados a indicar los precios de todos los artículos expuestos a la venta, debiendo estar visibles al público, tanto en las etiquetas como en los escaparates, sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información al comerciante.

10. Si no coincide el precio marcado en el artículo objeto de venta con el que se pretende cobrar en caja ¿cuál debe ser abonado por el consumidor?

Siempre se abonará el más favorable para el consumidor.

11. ¿Qué precio debe figurar en las etiquetas de los artículos rebajados?

En las etiquetas de los artículos rebajados ha de figurar el precio anterior junto al precio rebajado.

12. Si un establecimiento acepta el pago con tarjeta bancaria, puede no admitir esa forma de pago en rebajas? ¿Y puede establecer un importe mínimo?

Si el establecimiento anuncia que admite el pago de los artículos adquiridos por los consumidores mediante una/s tarjeta/s bancaria/s concreta/s, no puede negarse a aceptar el cobro con ella/s durante el período de rebajas. Sólo podrá establecer un importe mínimo si así lo anuncia en un cartel visible al público.

13. ¿El etiquetado de conservación de un producto textil puede sustituir al de composición?

No, nunca. El etiquetado de composición siempre es obligatorio.

La norma distingue el etiquetado obligatorio de los productos textiles de las indicaciones o informaciones facultativas, tales como “símbolos de conservación”, que deben aparecer netamente diferenciadas. Ahora bien, si el fabricante incorpora dichas indicaciones tienen que ser correctas y no inducir a error al consumidor.

14. ¿En qué consiste el etiquetado de conservación de una prenda y a qué procesos puede hacer referencia dicho etiquetado?

El etiquetado de conservación de una prenda se compone fundamentalmente de una serie de símbolos gráficos que hacen referencia a los procesos de lavado, blanqueo, secado, planchado y/o conservación textil profesional, facilitando información para prevenir daños irreversibles durante el proceso de conservación textil.

15. ¿Es correcto que el etiquetado de composición de una prenda de confección figure en una etiqueta colgante y no en una cosida en el interior?

En las prendas de confección y punto, a excepción de calcetería y medias, es obligatorio que la etiqueta, vaya cosida o fijada a la propia prenda de forma permanente, y deberá tener su misma vida útil.

Dicha etiqueta ha de ser de material resistente, preferentemente de naturaleza textil.

16. ¿Tiene el comerciante obligación de admitir la devolución de cualquier artículo textil?

Si el artículo textil adquirido por el consumidor tuviera algún tipo de tara o defecto, el comerciante está obligado a admitir la devolución. En caso contrario, el vendedor estará obligado a aceptar los cambios y/o devoluciones si así estuviera convenientemente anunciado en el establecimiento.

17. ¿En rebajas tienen que admitir los cambios y devoluciones si así figura en el tique?

Si, aunque el producto esté en rebajas, tienen que admitir igualmente los cambios y devoluciones, siempre que esté debidamente anunciado.

18. ¿Tiene derecho el consumidor a exigir la devolución del importe de un producto textil en el supuesto de efectuar su devolución?

El consumidor únicamente podrá exigir la devolución del importe pagado cuando:

- Dicho producto sea defectuoso.
- El establecimiento así lo publicite por cualquier medio.

19. En el caso de la devolución de un producto en un establecimiento que admita cambios, la entrega de un “vale”, con período de caducidad, por el importe ¿es correcto?

Los establecimientos comerciales son quienes establecen las condiciones en que han de realizarse los cambios y devoluciones de los productos en ellos adquiridos. Por tanto, cuando un artículo no presente tara o defecto, la entrega de un “vale” por su importe al efectuar su devolución es voluntad del vendedor, que sólo le obliga si así lo publicita.

20. En el caso de la publicidad relativa a las ventas en promoción ¿qué obligaciones incumben al comerciante?

El cumplimiento de todos los aspectos recogidos en dicha publicidad con relación a los productos objeto de la promoción, condiciones de venta y el período de vigencia de la promoción, debiendo disponer, durante el mismo, de existencias suficientes para hacer frente a la oferta.

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

11. ANEXO II**Protocolo de Autocontrol****Etiquetado de productos textiles**

(Apartado. 6.1 del Código de Buenas Prácticas)

SÍ NO

En el etiquetado de las prendas, las indicaciones que constan son:

- | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. Claramente visibles. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Fácilmente legibles por el consumidor. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Están al menos en castellano. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

En el etiquetado de productos textiles, figura:

- | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 4. Nombre y razón social o denominación del fabricante, comerciante o importador. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Número de Registro Industrial del fabricante nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Número de Identificación fiscal del importador. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Composición del artículo textil. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. El etiquetado en la envoltura, siempre que no sea claramente visible a través de la misma. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Precios

(Apartado. 6.3 del Código de Buenas Prácticas)

El precio de venta está indicado:

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 9. En todos los productos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Por unidad de medida, en los que corresponda. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. De forma inequívoca, fácilmente identificable y claramente legible. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Es posible ver el precio de los artículos expuestos en el establecimiento y escaparates, sin necesidad de solicitar información. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SÍ NO

Actividades de promoción de ventas y ventas especiales
(Apartado. 6.4 del Código de Buenas Prácticas)

Ventas con obsequio:

13. Los precios no sufren modificación al alza durante el periodo de oferta.

14. El número de existencias, las bases por las que se regulan concursos, sorteos, o similares, constan claramente en el establecimiento a disposición del público.

Ventas de promoción:

15. Los productos no están deteriorados, ni son de peor calidad que los productos de venta ordinaria.

16. Figura con claridad el producto o productos objeto de promoción, las condiciones de venta y el periodo de vigencia de la promoción

Venta en rebajas:

17. Las fechas, dentro del marco de la legalidad vigente, se exhiben en sitio visible al público.

18. Se exhibe conjuntamente el precio anterior y el rebajado.

19. Los productos de la venta en rebajas están incluidos en la oferta habitual de ventas, durante un período mínimo de un mes.

Venta de saldos:

20. Está señalizada y separada del resto de promociones.

21. Si se ofrecen artículos defectuosos o deteriorados, consta expresamente esta circunstancia.

Facturas y tiques

(Apartado. 6.5 del Código de Buenas Prácticas)

22. Se expiden y se entregan facturas cuando se solicitan

23. Guardan la matriz o las copias de las facturas emitidas.

SÍ NO

En las facturas o recibos entregados a los consumidores constan los siguientes datos:

24. Número y, en su caso, serie.

25. Fecha de expedición.

26. Nombre y apellidos, razón social o denominación social completa, y domicilio del expedidor y destinatario de las operaciones, en su caso.

27. Número de Identificación Fiscal del obligado a expedir factura.

28. Descripción de las operaciones o concepto.

29. Tipo impositivo.

30. Contraprestación total.

Garantías

(Apartado. 6.6 del Código de Buenas Prácticas)

31. El empresario responde durante dos años desde la entrega, por cualquier falta de conformidad

32. El empresario responde, en los bienes de segunda mano, durante un plazo no inferior a un año desde la entrega, por cualquier falta de conformidad.

33. Se repara o sustituye el producto al consumidor, en caso de no estar conforme.

34. Se rebaja o se devuelve el importe, si procede, en caso de no estar conforme.

35. Esta política de rebaja o devolución está debidamente anunciada.

Hojas de reclamaciones

(Apartado. 6.8 del Código de Buenas Prácticas)

36. ¿Tiene en su establecimiento hojas de reclamaciones a disposición de los usuarios?

37. ¿Se anuncian en lugar visible mediante cartel oficial?

38. ¿Se facilitan al usuario siempre que son solicitadas?

SÍ NO

Publicidad

(Apartado. 6.9 del Código de Buenas Prácticas)

39. ¿La publicidad que se realiza es clara y veraz en cuanto a la naturaleza, composición y origen de los productos textiles ofertados?

Protección de datos

(Apartado. 6.10 del Código de Buenas Prácticas)

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

41. ¿Tienen establecido algún sistema de cancelación o destrucción de los datos de los usuarios cuando dejan de ser de utilidad?

Seguridad en los productos y red de alerta

(Apartado. 6.11 del Código de Buenas Prácticas)

42. ¿En el caso de que un producto pueda entrañar algún riesgo grave para la salud o seguridad de los consumidores, está dispuesto a colaborar, en el sistema de intercambio rápido de información (red de alerta)?

Horario en días laborales y publicidad de horario

(Apartado. 6.12 del Código de Buenas Prácticas)

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

Compromisos de actuación

(Apartado. 7 del Código de Buenas Prácticas)

44. ¿Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo?

45. ¿En la recepción de la mercancía revisan el etiquetado antes de exponerla a la venta?

46. ¿Se atiende a los usuarios con independencia del servicio solicitado: compra, cambio, devolución...?

47. ¿Existen reclamaciones en el último año?

48. ¿Existen probadores en condiciones óptimas cuando sea necesario por el tipo de producto en venta?

SÍ NO

Sistema de Calidad

49. ¿Tienen un Sistema de Calidad documentado e implantado?

50. ¿Afecta a la totalidad del servicio?

¿Qué parte es la afectada?

.....

Observaciones:

(Comentarios relativos al contenido y uso del Código de Buenas Prácticas)

.....



Si desea más información consulte:

Servicio de Promoción y Estudios de Consumo

C/ Gran Vía, 24. 28013 - Madrid

Teléf: 91 588 84 38 / 91 588 84 36

www.munimadrid.es

Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC)

C/ Gran Vía, 24. 28013 - Madrid

Teléf: 010

www.munimadrid.es

Junta Arbitral de Consumo (JAC)

C/ Gran Vía, 24. 28013 - Madrid

Teléf: 010