

Guía de Obligaciones Básicas en materia de Consumo

Dirigida a Comerciantes y
Prestadores de Servicios



MADRID

Uno de los objetivos prioritarios del Ayuntamiento de Madrid es promover la calidad y la excelencia en el desarrollo de la actividad empresarial en la capital, en un marco de defensa y protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras madrileñas.

En este sentido y con el fin de hacer efectivo dicho propósito, el **Ayuntamiento de Madrid ha** elaborado esta guía, en la que se proporciona información sobre la normativa básica que regula las actuaciones del sector empresarial frente a las personas consumidoras en el desarrollo de su actividad comercial.

Así, en el ámbito de una firme apuesta por el desarrollo y crecimiento del empresariado madrileño, la intención de esta publicación es facilitar una implicación del mismo indispensable para preservar los derechos de los/las ciudadanos/as en cuanto personas consumidoras de bienes y servicios, lo que implica, sin duda, potenciar y fortalecer la calidad del sector.

En concreto, se trata de difundir y divulgar las obligaciones a las que por ley se encuentran sometidos en las actividades de venta de productos y servicios, tanto las personas productoras y distribuidoras, como las titulares de establecimientos comerciales y de puestos de venta ambulante.

A este respecto, se detallan las disposiciones legales vigentes relativas a licencias y autorizaciones, horario, precios, información precontractual, publicidad, actividades de promoción de ventas, justificantes de venta, garantías y servicios post-venta, hojas de reclamaciones y desistimiento, entre otros aspectos.

Así mismo, se hace especial hincapié en las condiciones que deben presentar los productos puestos a la venta en cuanto a su etiquetado y condiciones de seguridad, junto con las obligatorias para quienes prestan servicios.

Por último, en relación con la venta a distancia y la que se realiza fuera de un establecimiento mercantil, se muestra en qué consisten estas modalidades de venta, junto con las obligaciones a cumplir por quién las lleva a cabo antes, en el momento y después de la contratación.

Índice

01. Requisitos Generales para los Establecimientos Comerciales y Puestos de Venta Ambulante.

1.1 Autorizaciones	07
1.2 Exhibición del Horario	07
1.3 Exhibición de Precios	08
1.4 Información Precontractual	09
1.5 Publicidad	10
1.6 Actividades de Promoción de Ventas	10
Rebajas	10
Promociones y ofertas	11
Venta con obsequio	11
Venta en liquidación	12
Venta de saldos	12
Venta automática	13
1.7 Desistimiento	13
1.8 Justificantes de Venta	13
1.9 Garantías y Servicios Posventa	14
1.10 Entrega de los bienes o puesta a disposición de contenidos o servicios digitales	16
1.11 Tenencia y Anuncio de las Hojas de Reclamaciones	16

02. Requisitos de los Productos

2.1 Etiquetado	19
2.2 Etiquetado Productos Industriales	19
2.3 Etiquetado Productos Textiles	20
2.4 Etiquetado Productos de Marroquinería, Guantes y Artículos de Viaje	21
2.5 Etiquetado Productos de Piel	21
2.6 Etiquetado Productos Cosméticos	22
2.7 Etiquetado de Juguetes	23
2.8 Etiquetado de Productos de Droguería (Detergentes, Limpiadores y Lejías)	24
2.9 Etiquetado de Sustancias y Preparados Peligrosos	25
2.10 Etiquetado de Productos Alimenticios	26

03. Requisitos de los Servicios

3.1 Autorizaciones	29
3.2 Exhibición del Horario	29
3.3 Exhibición de Precios	29
3.4 Información Precontractual	29
3.5 Publicidad	29
3.6 Presupuesto	29
3.7 Resguardo de Depósito	29
3.8 Desistimiento	30
3.9 Justificantes de Venta	30
3.10 Tenencia y Anuncio de las Hojas de Reclamaciones	30

04. Requisitos Venta a Distancia y Venta Fuera de Establecimiento Mercantil

4.1 ¿Qué son estas Modalidades de Contratación?	33
4.2 Obligaciones Antes de la Contratación	33
4.3 Obligaciones en el Momento de la Contratación	35
4.4 Obligaciones Después de la Contratación	36
4.5 Desistimiento	36

05. Seguridad de los Productos

5.1 En el Mercado solo Productos Seguros	41
5.2 ¿Qué se Considera Producto Seguro?	41
5.3 Requisitos de los Productos Seguros	41
Requisitos generales	41
Requisitos particulares	42
5.4 Obligaciones de las Personas Productoras y Distribuidoras	43
Obligaciones de las personas productoras:	43
Obligaciones de las personas distribuidoras	43
Otros deberes de personas productoras y distribuidoras	44

01

01. Requisitos Generales para los Establecimientos Comerciales y Puestos de Venta Ambulante.

A continuación se exponen los principales requisitos generales que deben cumplir las personas titulares de establecimientos comerciales y puestos de venta ambulante ubicados en la ciudad de Madrid.

1.1 Autorizaciones

Las personas titulares de establecimientos comerciales para ejercer su actividad en la ciudad de Madrid deben:

- Disponer del documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad (licencia, declaración responsable).
- Exhibir el Número de Policía (NDP) del establecimiento en la entrada del mismo.

En lo que respecta a la venta ambulante o no sedentaria se considera como tal, la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados, en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda.

Está prohibida la venta ambulante fuera de los días y lugares destinados a esta forma de venta.

Las personas titulares de puestos ambulantes para ejercer su actividad en la ciudad de Madrid deben tener a disposición de las autoridades el documento acreditativo que autorice el ejercicio de la actividad.



Pueden consultarse los trámites y gestiones para la obtención de la autorización para el ejercicio de la venta ambulante en <https://sede.madrid.es/portal/site/tramites>

- Deberán ser exhibidos por el/la comerciante durante el ejercicio de la actividad, en lugar perfectamente visible para el público y autoridad, a efectos de identificación en posibles reclamaciones, los originales o copias debidamente compulsadas de la autorización municipal y del carné profesional.

1.2 Exhibición del Horario

- Exhibir el horario de atención al público en el establecimiento, de modo visible para este, incluso cuando permanezca cerrado.

● En la venta ambulante se exhibirá el horario de atención al público de forma visible.

1.3 Exhibición de Precios

● Hay libertad de precios. Los precios de los bienes y servicios ofertados son libremente determinados por el/la empresario/a.

● Los precios deben exhibirse de modo perfectamente visible y legible al público respecto a todos los artículos puestos a la venta a disposición de la persona consumidora, tanto los del escaparate como los del interior del local o del puesto ambulante.

● El precio debe fijarse sobre cada uno de los artículos expuestos a la venta y, cuando ello no resulte posible, se exhibirá de tal modo que resulten inequívocos tanto el precio como el artículo al que se refiere.

● Los precios serán totales, incluirán todo tipo de cargas y gravámenes, IVA y, en su caso, gastos repercutibles.

● Debe exhibirse el precio por unidad de medida en los siguientes casos:

→ En todos los productos que deban llevar indicación de la cantidad a cuya magnitud deba referirse: kilogramos, metros, litros, etc.

→ En todos los productos comercializados por unidades o piezas, utilizándose en este caso la unidad como referencia.



● No debe indicarse el precio por unidad de medida cuando:

→ Sea idéntico al precio de venta.

→ Los productos se comercialicen en cantidades inferiores a 50 g o 50 ml.

→ Se trate de productos de diferente naturaleza que se vendan en un mismo envase y no se comercialicen individualmente cada uno de ellos.

→ Se comercialicen mediante venta automática.

→ Sean porciones individuales de helado.

→ Sean vinos de mesa con indicación geográfica y vinos con denominación de origen.

→ Sean bebidas espirituosas con denominación geográfica.

→ Sean productos alimenticios de fantasía.

● Además, existen las siguientes particularidades respecto del precio por unidad de medida:

→ En el caso de los huevos, la unidad de medida se considerará la docena.

→ En los complementos alimenticios, al igual que en los productos cosméticos, la unidad de medida se referirá a 100 g o 100 ml.

→ En el tabaco de pipa la unidad de medida se considerará 100 g.

→ En los detergentes destinados al uso doméstico para el lavado de ropa en máquinas automáticas, la unidad de medida se referirá a la cantidad necesaria para un lavado en condiciones normales de suciedad y dureza del agua.

● Siempre que se oferten artículos con reducción del precio (ofertas, promociones, rebajas, etc.) debe indicarse el doble marcado de precios; es decir, tiene que reflejarse junto al precio reducido, el precio anterior que haya tenido el artículo. Este último será el más bajo que haya tenido el producto durante los treinta días anteriores al inicio de la promoción. Únicamente no será necesario el doble marcado de precios en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

● En toda la publicidad que contenga la rebaja o promoción correspondiente debe figurar este doble marcado de precios.

● Si se admite el pago con tarjetas de crédito o débito no se pueden incrementar por este hecho los precios de los artículos, salvo que así se indique; no pudiendo superar este incremento el coste de uso de la tarjeta facturado por la entidad emisora. Las tarjetas de crédito o débito admitidas deben anunciarse y, si existen limitaciones para su uso exigiendo importes mínimos de compra, deberán anunciarse junto a las mismas.

● Si se oferta pago aplazado, debe indicarse el precio total de adquisición bajo esta fórmula de

pago, el precio total de adquisición al contado, el número total de plazos fijados y la periodicidad de estos.

● En el caso de los servicios, las personas consumidoras tienen derecho a conocer previamente a su contratación el precio de los mismos. Además, las ofertas que se realicen a través de soportes publicitarios o informativos deben informar del precio.

● Los precios de los servicios se deben exponer al público en los establecimientos, en el lugar donde se presten o en las ofertas que realicen, siempre en soporte escrito. La información debe incluir la relación de los servicios ofertados, con el precio final de cada uno de ellos (incluidos cargas, gravámenes, descuentos y eventuales incrementos).

● Es obligatorio aceptar los medios de pago admitidos legalmente.

1.4 Información Precontractual

Además del precio, antes de la adquisición del producto o formalización del contrato, las personas consumidoras tienen derecho a conocer la información precontractual relativa a los aspectos que se detallan a continuación:

→ Características principales de los bienes o servicios.

→ Identidad de la persona empresaria: razón social, nombre comercial, dirección completa y número de teléfono.

→ Procedimientos de pago, fecha de entrega y ejecución.

→ Recordatorio de la existencia de garantía legal.

→ La duración del contrato, si es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática y las condiciones de resolución.

→ La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato si se realiza por escrito.

→ La existencia del derecho de desistimiento, si corresponde, así como, el plazo y la forma de ejercerlo.

→ El procedimiento para atender las reclamaciones de las personas consumidoras.

Esta información puede ofrecerse mediante carteles informativos o verbalmente y, algunos aspectos, como las características de los bienes y la identidad de la persona empresaria, en el etiquetado.

1.5 Publicidad

● La publicidad que se emita de los bienes y servicios en folletos, carteles o cualquier soporte utilizado, siempre debe ser veraz, suficiente y objetiva, sin que pueda engañar o inducir a engaño sobre sus características o la forma de adquisición, ni limitar los derechos de las personas consumidoras.

● El contenido de la publicidad es vinculante para el establecimiento comercial que lo realice, forma parte del contrato y, por tanto, debe cumplirse en los términos anunciados.



1.6 Actividades de Promoción de Ventas

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 y a un precio inferior al fijado antes de dicha venta. Sus requisitos principales son los siguientes:

→ Los artículos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual del establecimiento.

→ Las fechas y duración de las rebajas se establecen según el criterio de cada comerciante y deben exhibirse en el establecimiento a la vista del público.

→ No se puede anunciar, con carácter general, la venta en rebajas en un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la mitad de los artículos puestos a la venta. Si no se ofertan como rebajados todos los productos comercializados, los que sí lo estén deben ser identificados y diferenciados del resto para evitar confusión.

→ Se exhibirá siempre el precio anterior y el rebajado sobre los productos.

→ Los artículos rebajados no pueden estar deteriorados.

Promociones y ofertas

Son aquellas ventas que tienen por finalidad dar a conocer un nuevo artículo, conseguir el aumento de venta de los existentes o el desarrollo de uno o varios comercios, 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. Sus principales requisitos son:

→ Este tipo de venta debe ir acompañada de la siguiente información: los productos que son objeto de promoción u oferta, las condiciones de venta de los mismos, las fecha de duración y la disposición de existencias suficientes mientras dure la misma. Si la oferta lleva una reducción del precio debe figurar el precio anterior junto con el reducido. Los productos no pueden estar deteriorados.

→ Si se agotan las existencias durante la promoción de algunos de los productos ofertados, el/ la comerciante se debe comprometer a reservar el producto durante un plazo determinado, en las mismas condiciones y precio de la oferta. No obstante, si la persona compradora no estuviese conforme con dicha medida, o transcurriese el plazo de reserva sin que se hubiese podido atender a la demanda, la persona comerciante deberá sustituir el producto solicitado por otro de similares condiciones y características.

→ Todas las condiciones anteriores deben figurar en el establecimiento en lugar visible al público.

Venta con obsequio

Es aquella en la que la persona comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de artículos. Sus requisitos principales son:

- Durante el período de venta con obsequio está prohibido modificar al alza el precio.

- El número de existencias, así como las bases de los concursos, sorteos o similares, deben figurar en el establecimiento a disposición del público o bien en el envase o envoltorio del producto.

- Queda prohibido ofrecer conjuntamente dos o más clases de unidades de artículos excepto en los siguientes casos:

- Cuando exista una relación funcional entre los artículos mencionados (ej. champú y acondicionador).

- Cuando se trate de una práctica común vender ciertos artículos en cantidades superiores a un determinado mínimo (ej. pack de 4 yogures).

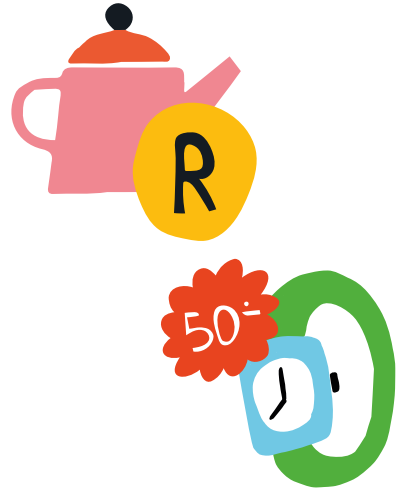
- Cuando se ofrezca simultáneamente la posibilidad de adquirir los productos por separado y a su precio habitual.

- Cuando se trate de lotes o grupos de artículos presentados conjuntamente por razones estéticas o para ser destinados a la realización de obsequios.

Venta en liquidación

Es la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos, que tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa o es llevada a cabo por la persona comerciante en alguno de los siguientes casos:

- 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 comercial.
- En los anuncios de venta en liquidación debe indicarse siempre la causa de esta.
- La liquidación debe cesar si desaparece la causa que la motivó o se liquidan todos los productos.
- No se pueden adquirir artículos con objeto de incluirlos en la liquidación.
- La duración máxima de la venta en liquidación será de un año.



Venta de saldos

Saldos son los productos cuyo valor de mercado aparece manifiestamente disminuido a causa de deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos. Sus requisitos principales son:

- Deben estar separados del resto de los artículos a fin de no inducir a error a la persona consumidora.
- En caso de que no sean saldos permanentes debe anunciarse su duración y, si son permanentes, anunciar dicha circunstancia.
- Los establecimientos dedicados de forma exclusiva a este tipo de venta, podrán saldar artículos ajenos y artículos adquiridos con la finalidad de ser vendidos como tales saldos.
- En artículos deteriorados o defectuosos deberá constar expresamente esta circunstancia a fin de informar de la misma a la persona consumidora.

Venta automática

Es la forma de distribución en la cual se pone a disposición de la persona consumidora el producto o servicio para que lo adquiera mediante el accionamiento de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.

→ En todas las máquinas de venta automática deben figurar con claridad, entre otros requisitos, cuál es el producto que expenden, su precio, si devuelve cambio de moneda, así como el tipo de moneda fraccionaria con la que funciona; las instrucciones para la obtención del producto deseado, los datos de homologación del aparato, la identidad de la persona oferente y el número de inscripción en el correspondiente registro, así como una dirección y teléfono donde se atenderán las reclamaciones.

→ Todas las máquinas deberán permitir la recuperación automática del importe introducido en caso de no facilitarse el artículo seleccionado.

1.7 Desistimiento

● El desistimiento es la facultad de la que, en determinados casos, dispone la persona consumidora para dejar sin efecto el contrato realizado.

● El derecho de desistimiento no existe en todos los contratos suscritos por las personas consumidoras, siendo solo aplicable en dos supuestos:

a) Cuando está reconocido por la ley. Este derecho alcanza exclusivamente a los contratos

celebrados a distancia (comercio electrónico, compra telefónica, etc.) o fuera de establecimiento mercantil (ej. en el domicilio del consumidor).

b) Cuando la persona empresaria voluntariamente lo reconozca en su oferta, promoción, publicidad o en el propio contrato. En este caso, deberá anunciarlo en el establecimiento e informar de las condiciones de su ejercicio, plazo y efectos; siendo estos dos últimos fijados discrecionalmente por el establecimiento.

● En el punto 4.5 se ofrece información más detallada sobre el derecho de desistimiento.

1.8 Justificantes de Venta

● En todas las operaciones de venta la persona empresaria está obligada a entregar a la persona consumidora un justificante de venta, tique o factura simplificada. En este documento al menos deben constar los siguientes datos:

→ Razón o identidad personal o social y fiscal de la persona proveedora.

→ Dirección de la anterior.

→ Cantidad abonada.

→ Concepto por el que se satisface dicho importe.

→ Fecha de la transacción.



1.9 Garantías y Servicios Posventa

La persona empresaria está obligada a entregar a la persona consumidora bienes y contenidos digitales que sean conformes con el contrato.

● La persona empresaria es quien responde ante cualquier falta de conformidad del bien o contenido o servicio digital. Se entenderá que los bienes y contenidos o servicios digitales son conformes con el contrato siempre que cumplan, entre otros, estos requisitos:

→ Se ajusten a la descripción y posean las cualidades informadas o publicitadas.

→ Sean aptos para los usos a que ordinariamente se destinen los bienes y contenidos o servicios digitales del mismo tipo.

→ Sean aptos para cualquier uso especial requerido por la persona consumidora y se hubiese solicitado así en el contrato, siempre que la persona empresaria haya admitido que dichas especificaciones sean aptas para el uso y funcionamiento del bien y contenido o servicio digital.

→ Presenten la calidad y prestaciones habituales que la persona consumidora pueda fundadamente esperar, habida cuenta de la naturaleza del bien y contenido o servicio digital y de las declaraciones públicas sobre las características concretas de estos ; en particular en la publicidad y en su etiquetado.

→ Se entregue junto con sus accesorios, en particular el embalaje y las instrucciones que cabe razonablemente esperar.

→ Hayan sido correctamente instalados.

● No habrá lugar a responsabilidad por la falta de conformidad que la persona consumidora conociera o no hubiere podido fundadamente ignorar en el momento de la celebración del contrato.

● El/la empresario/a es responsable de corregir las faltas de que adolezca el bien, y el contenido o servicio digital y para ello, la Ley establece que la persona consumidora puede optar entre la reparación y la sustitución, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada. Si tales opciones no fueran posibles, la persona consumidora puede optar entre la rebaja en el precio y la resolución del

contrato; sin embargo, esta última no procederá cuando la falta de conformidad sea de escasa importancia.

→ Si se opta por la resolución del contrato, el reembolso de lo pagado debe hacerse sin demora y en un máximo de 14 días (desde que la persona empresaria es informada de la decisión del consumidor o desde que recibe los bienes o prueba de su devolución). El reembolso se hace en la misma forma de pago que se utilizó en la compraventa, salvo pacto expreso en contra. No puede suponer cargo alguno para la persona consumidora.

→ Si se opta por la reparación del bien, contenido o servicio digital se concede una garantía ante la misma falta de conformidad que la motivó, de un año desde la entrega del bien, contenido o servicio digital reparado, con independencia de que haya transcurrido o no el plazo de la garantía legal.

→ Además, puede suspenderse el pago de cualquier parte pendiente del precio hasta que el bien, contenido o servicio digital sea puesto en conformidad y reclamarse indemnización por daños y perjuicios, si procede.

● La persona empresaria responde de las faltas de conformidad en los bienes durante el plazo de tres años, presumiéndose que, si la falta de conformidad se manifiesta en los primeros dos años desde la entrega, ya existía cuando el bien se entregó.

● Para los contenidos o servicios digitales el plazo de garantía es de dos años a partir de la

entrega, presumiéndose que, si la falta de conformidad se manifiesta en el primer año desde la entrega, ya existía cuando se entregó.

● Para los bienes de segunda mano la persona empresaria responderá de las faltas de conformidad que se manifiesten en un plazo de tres años desde la entrega, o dos años desde el suministro del contenido o servicio digital. No obstante, podrá pactar con la persona consumidora un plazo menor que no podrá ser inferior a un año desde la entrega.

● Adicionalmente a la garantía legalmente exigible (garantía legal), se puede otorgar a las personas consumidoras una garantía comercial de cuyas características y plazo de duración tiene la obligación de informar en soporte duradero y de modo accesible para la persona consumidora. Esta garantía comercial no es obligatoria, pero si se entrega debe expresar, entre otros: el bien sobre el que recae la misma, el nombre y dirección de quien la da, que no afecta a los derechos legales de la persona consumidora ante la falta



de conformidad de los bienes con el contrato, los derechos adicionales a los legales, su duración y su alcance territorial. Esta garantía comercial debe otorgar un plus sobre los derechos legales de garantía que corresponde a las personas consumidoras.

- La persona consumidora tiene derecho a un adecuado servicio técnico y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de diez años a partir de la fecha en que el bien deje de fabricarse. La acción o derecho de recuperación de los bienes entregados para su reparación, prescribirá al año después del momento de la entrega.

1.10 Entrega de los bienes o puesta a disposición de contenidos o servicios digitales

Los bienes deben entregarse en un plazo máximo de 30 días desde la celebración del contrato y los contenidos o servicios digitales deben ser puestos a disposición sin demora indebida tras la celebración del contrato.

- Si no, la persona consumidora debe conceder un plazo adicional "adecuado a las circunstancias", salvo que:

→ La persona empresaria declare que no entregará el bien o que no suministrará el contenido o servicio digital.

→ Si se pactó que para la persona consumidora resultaba esencial que la entrega se produzca en un plazo determinado.

- Pasado el plazo sin que se produzca la entrega, o sin necesidad de plazo adicional si se dan las dos circunstancias descritas, la persona consumidora tiene derecho a resolver el contrato.

1.11 Tenencia y Anuncio de las Hojas de Reclamaciones

- Todos los establecimientos en los que se pongan a disposición de las personas consumidoras bienes o servicios para su comercialización, deben disponer de las preceptivas hojas de reclamaciones.

- La Comunidad de Madrid tiene establecido un Sistema Unificado de Reclamaciones (SUR) con el fin de garantizar el derecho a reclamar de las personas consumidoras y dar un tratamiento uniforme de dichas reclamaciones. Para ello existe un modelo oficial de hojas de reclamaciones del SUR.



● Quedan exceptuadas de la obligación de disponer de hojas del SUR las actividades que tengan normativa propia sobre reclamaciones de consumo y deban disponer de hojas o libro de reclamaciones conforme a la normativa sectorial que le sea de aplicación. Se trata de los siguientes sectores:

→ Turístico (bares, cafeterías, restaurantes, agencias de viaje, hoteles, etc.).

→ Actividades de juegos y apuestas.

→ Espectáculos públicos.

→ Sanitario.

→ Servicios sociales.

→ Transporte.

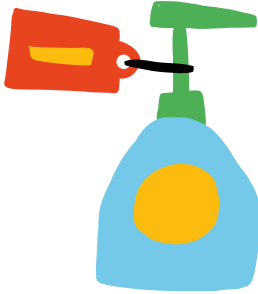
● Presencialmente, se pueden recoger las hojas de reclamaciones en la Oficina Municipal de Información al Consumidor Central (OMIC) y en las OMIC de los distritos.

● También pueden descargarse desde la página <https://sede.madrid.es/portal/site/tramites>.

● El cartel anunciador de las hojas de reclamaciones estará confeccionado conforme al modelo oficial y deberá exhibirse en lugar visible al público.

02

02. Requisitos de los Productos



2.1 Etiquetado

Uno de los factores que se tiene en cuenta para calificar un producto como seguro es que presente un correcto etiquetado. Este es obligatorio para todos los artículos puestos a la venta y tiene dos finalidades:

- 1.- Identificar a la persona responsable de su fabricación o de su puesta en el mercado.
- 2.- Informar sobre la composición, naturaleza y características de los productos y, en su caso, sus instrucciones, condiciones de uso y las precauciones que se deben adoptar.

- La información debe ser suficiente, clara, objetiva y veraz de modo que no induzca a error a la persona consumidora.
- La responsabilidad de que el etiquetado figure en todos los productos recae sobre la persona fabricante o importadora, y sobre la vendedora, antes de ponerlo a la venta, en el caso de que no estuviera etiquetado anteriormente.

- Esta información variará dependiendo del tipo de producto y de lo que establezca la normativa específica de aplicación. Con carácter general, existe un reglamento de etiquetado de productos textiles, industriales y otros reglamentos específicos para determinados artículos (ej. marroquinería, calzado, electricidad, etc.).

2.2 Etiquetado Productos Industriales

- Los datos mínimos que necesariamente deben figurar en el etiquetado de los productos industriales que lleguen a la persona consumidora son los siguientes:
 - Nombre o denominación usual o comercial del producto, salvo para los productos que razonablemente sean identificables.
 - Composición: figurará cuando la aptitud para el consumo o utilización del producto dependa de los materiales empleados en su fabricación, o bien sea una característica de su pureza, riqueza, calidad, eficacia o seguridad.
 - Plazo recomendado para su uso o consumo, cuando se trate de productos que por el transcurso del tiempo pierdan alguna de sus cualidades.
 - Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen, cuando se trate de productos susceptibles de ser usados en fracciones o el número de unidades en su caso.

→ Características esenciales del producto, instrucciones, advertencias, consejos o recomendaciones sobre instalación, uso y mantenimiento, manejo, manipulación, peligrosidad o condiciones de seguridad, en el caso de que dicha información sea necesaria para el uso correcto y seguro del producto.

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

→ Identificación de la empresa. Se indicará el nombre o la razón social o la denominación de la persona fabricante o de la envasadora o transformadora o de un/a vendedor/a, establecido/a en la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio.

→ Se indicará el lugar de procedencia u origen, en el caso de que su omisión pudiera inducir a error a la persona consumidora.

→ Si son productos que funcionan con energía eléctrica, figurarán la potencia máxima, la tensión de alimentación y el consumo energético.

→ Si son productos que funcionan con combustible, se indicará el consumo específico y el tipo de combustible.

→ Toda la información deberá figurar, al menos, en castellano.

→ La información debe aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles por la persona consumidora.

→ Las etiquetas se situarán sobre el propio producto o en su envase. En los productos de uso duradero o por razones de espacio los datos obligatorios pueden figurar en folletos o documentos que acompañen al producto.

2.3 Etiquetado Productos Textiles

→ Entre otras indicaciones la normativa prevé las siguientes.

→ Nombre o razón social o denominación de quien fabrica, comercia o importa el producto y, en todo caso, domicilio.

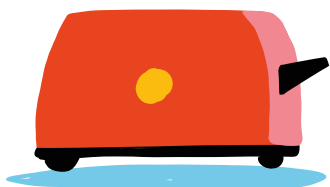
→ Para los productos textiles fabricados en España, el número de registro industrial del/de la fabricante nacional.

→ Para los productos textiles importados de países no pertenecientes a la Unión Europea y distribuidos en el mercado nacional, el número de identificación fiscal de la persona importadora.

→ Composición.

→ Toda la información debe aparecer con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles.

→ La etiqueta debe contener la información obligatoria y ser de material resistente e ir cosida o fijada a la prenda. El resto de etiquetado irá adherido a la prenda mediante hilo u otro sistema que se presente simultáneamente con el producto, y



si este tiene envoltura, el etiquetado figurará en la misma, salvo que pueda verse claramente. En la ropa de hogar y cama el etiquetado figurará en cada pieza, excepto en la ropa de mesa que puede figurar en la pieza principal.

- Todas las inscripciones deben figurar obligatoriamente, al menos, en castellano.

2.4 Etiquetado Productos de Marroquinería, Guantes y Artículos de Viaje

- Entre otras indicaciones la normativa prevé las siguientes:

- Nombre o razón social de la persona fabricante o vendedora establecida en la Unión Europea y su domicilio.

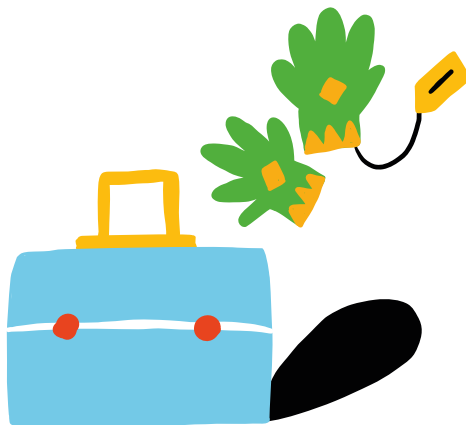
- Los productos fabricados en España deben exponer el número de registro industrial del establecimiento de fabricación o el número de registro artesanal, en su caso.

- En los productos que proceden de países no pertenecientes a la Unión Europea se hará constar también el número de identificación fiscal.

- Composición de las partes fundamentales del producto.

- Referencia del producto para identificarlo en las facturas.

- Estos artículos deben ir etiquetados de forma que la persona consumidora entienda fácilmente



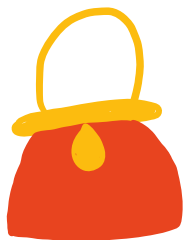
a qué parte del artículo se refiere lo que figura en la etiqueta. Esta debe estar adherida al producto o sujeta a él mediante un hilo resistente. Si una de estas dos maneras de mostrar la etiqueta puede dañar el artículo, la información se situará dentro del mismo o en su envase.

- En cualquier caso, la información tiene que ser visible en el momento de la venta. Si el artículo es muy pequeño y no puede figurar el etiquetado en él, el establecimiento debe mostrar a la persona consumidora, si lo solicita, la factura correspondiente donde constará la composición.

- Todas las inscripciones deben figurar obligatoriamente, al menos, en castellano.

2.5 Etiquetado Productos de Piel

Los artículos de piel deben llevar en su parte interior o forro una etiqueta con la siguiente información obligatoria mínima, al menos en castellano y de forma visible:



→ Nombre del producto. Cuando se trate de imitaciones de piel curtida de un animal a partir de la de otro, el nombre del animal cuya piel se imita únicamente puede ser empleado si está precedido de la palabra imitación.

→ Composición del producto: debe constar la especie, el país de origen del animal y la parte del cuerpo utilizada (colas, nuca, garras, lomos, etc.), salvo en los artículos de ante, napa y piel vuelta.

→ Lugar de origen o de procedencia en el caso de que el hecho de no mencionarlo pueda confundir a la persona consumidora en cuanto al verdadero origen del producto. En todo caso, se consignará el país de procedencia en todos los productos importados de países no pertenecientes a la Unión Europea.

→ Nombre o razón social de quien fabrica o vende el producto, y su domicilio. Si se fabrican en España, deberá constar, además, el número de registro industrial del establecimiento. Para productos elaborados fuera de la Unión Europea se tiene que indicar también su número de identificación fiscal.

2.6 Etiquetado Productos Cosméticos

● Entre otras indicaciones la normativa prevé las siguientes.

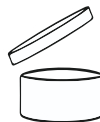
→ Denominación del producto.

→ Nombre o razón social y dirección o domicilio social de la persona responsable.

→ Contenido nominal en el momento del acondicionamiento, indicado en peso o en volumen, salvo para envases que contengan menos de 5 g o menos de 5 ml.

→ Fecha de caducidad: En los cosméticos cuya vida mínima exceda de 30 meses la indicación de la fecha de caducidad no es obligatoria. Para estos se indicará el plazo después de su apertura durante el cual puede utilizarse sin riesgo para el consumidor, empleando este pictograma en el que se expresará en meses o en meses y años.

Para los cosméticos que no excedan de 30 meses, la fecha de duración mínima irá precedida por el símbolo que se muestra o bien con la expresión "utilícese preferentemente antes de final de ...".



● La fecha en ambos casos deberá figurar con el mes y el año, o el día, mes y año, en ese orden.

→ Precauciones particulares e indicaciones de empleo.



→ Número de lote de fabricación o la referencia.

→ País de origen cuando se trate de productos cosméticos fabricados fuera del territorio comunitario.

→ Función del producto, salvo si se desprende de su presentación.

→ Lista de ingredientes por orden decreciente.

→ Los productos cosméticos de venta a granel dispondrán de etiquetas o prospectos ajustados a los requisitos de etiquetado.

→ En el caso del jabón y perlas de baño, así como otros pequeños productos, cuando debido al tamaño o a la forma resulte imposible que figure la lista de ingredientes en una etiqueta, banda, tarjeta o nota, dichas indicaciones deberán figurar en un rótulo situado muy cerca del lugar en el que se ofrezca a la venta el producto.

● Toda la información debe aparecer con caracteres claramente visibles y fácilmente legibles

● Todas las inscripciones deben figurar obligatoriamente, al menos, en castellano.

2.7 Etiquetado de Juguetes

La etiqueta de los juguetes debe ir al menos en castellano y con caracteres claros, visibles, imborrables y fácilmente legibles por la persona consumidora.

Entre otros requisitos debe cumplir los siguientes:

→ Marcado CE insertado en el propio juguete o en el envase por la persona que fabrica el juguete, quien declara que el producto cumple con las exigencias de seguridad especificadas en las normas de la Unión Europea.

→ Nombre y marca del producto.

→ Nombre o razón social de quien fabrica el producto o lo importa, y su domicilio.

→ Número de lote, serie o modelo.



→ Edad recomendada para su utilización.

→ Instrucciones de uso e indicación de la necesidad de conservar los datos del etiquetado.

→ Los juguetes de funcionamiento eléctrico deben especificar la potencia máxima, la tensión de alimentación que necesitan y el consumo energético.

● Además, determinados juguetes deben llevar leyendas con las advertencias de seguridad o indicaciones de uso o manejo según la naturaleza de los mismos. Por ejemplo, en los juguetes no destinados a niños/as menores de 3 años la leyenda “no conviene para niños/as menores de tres años”; en los funcionales, “utilícese bajo la

vigilancia de una persona adulta"; en los químicos, cuando contengan sustancias peligrosas en las instrucciones se deberá indicar "su carácter peligroso y las precauciones que se deban adoptar"; en patines y patinetes, "conviene utilizar equipo de protección y no utilizar en lugares con tráfico"; en los náuticos, "utilizar solo en el agua donde el/la niño/a pueda permanecer de pie y bajo la vigilancia de una persona adulta", etc.

● Las advertencias deben ir impresas en el envase del juguete, en castellano y con caracteres claros, visibles, imborrables y fácilmente legibles por la persona consumidora.

2.8 Etiquetado de Productos de Droguería (Detergentes, Limpiadores y Lejías)

En detergentes y limpiadores, debe constar principalmente en el etiquetado:



→ La denominación o el nombre comercial del preparado y el uso al que se destina.

→ La cantidad nominal (kg, g, litro, cl, ml) del contenido o del número de unidades.

→ El nombre y la dirección completa de la persona responsable de la comercialización en la UE, ya sea quien lo fabrica, envasa, importa o distribuye.

→ El lugar de origen o procedencia si su omisión pudiera inducir a error a la persona consumidora.

→ Las eventuales incompatibilidades con algún material.

→ Los componentes.

→ Todos llevarán la leyenda "manténgase fuera del alcance de los/as niños/as" y, además, en aquellos que sean susceptibles de ser ingeridos, "no ingerir".

→ La información en caso de accidente con la leyenda "en caso de accidente consultar al Servicio Nacional de Información Toxicológica, teléfono..."

→ El código de envasado.

→ El modo de empleo.

No se permite introducir juguetes y otros objetos dirigidos a niños/as dentro de los envases de estos productos.

En lejías, deben constar en su etiquetado, entre otros datos:

- La denominación de “lejía” o “lejía concentrada” seguida de la indicación “apta para la desinfección de agua de bebida” o “no apta para la desinfección de agua de bebida” y, en caso de que lleve perfume, la mención “perfumada”.
- El nombre o razón social o la denominación de la persona fabricante, envasadora o vendedora establecida en la UE, y en todo caso, su domicilio.
- La denominación “hipoclorito de... solución de... gramos de cloro activo por litro”, debiendo señalar el metal alcalino de que se trate y el contenido de cloro activo a la salida de fábrica.
- Las instrucciones de uso y la cantidad para su uso.

En función del grado de peligrosidad las lejías se someterán a los pictogramas, frases e indicaciones que establece la normativa de aplicación.



2.9 Etiquetado de Sustancias y Preparados Peligrosos

Las sustancias y los preparados peligrosos (mezcla de dos o más sustancias) son los siguientes: explosivos, comburentes, inflamables, tóxicos, nocivos, corrosivos, irritantes y sensibilizantes.

Estos productos suelen ser: amoniacos, lejías, alcoholes, disolventes, pinturas, barnices, siliconas y pegamentos.

En el etiquetado debe constar como mínimo:

- El nombre o razón social de la persona fabricante, importadora o vendedora establecida en la UE, su domicilio y teléfono.
- El nombre o denominación comercial del preparado.
- La denominación química de la sustancia o sustancias del preparado.

→ Los símbolos (pictogramas) e indicaciones de peligro.



→ Las indicaciones de los riesgos mediante la inclusión de las frases de riesgo.

→ Los consejos de prudencia.

→ La cantidad nominal del contenido del envase.

No pueden figurar en el envase o etiqueta "no tóxico", "no nocivo", "ecológico" u otras indicaciones tendentes a demostrar el carácter no peligroso.

2.10 Etiquetado de Productos Alimenticios

● El etiquetado de los productos alimenticios deberá contener, entre otra, la siguiente información:

→ Denominación del alimento.

→ Lista de ingredientes.

→ Todo ingrediente o coadyuvante tecnológico que cause alergias o intolerancias y se utilice en la fabricación o la elaboración de un alimento y siga estando presente en el producto acabado, aunque sea en una forma modificada.

→ Cantidad de determinados ingredientes o de determinadas categorías de ingredientes.

→ Cantidad neta del alimento.

→ Fecha de duración mínima o la fecha de caducidad.

→ Condiciones especiales de conservación y/o las condiciones de utilización.

→ Nombre o la razón social y la dirección de la persona operadora de la empresa alimentaria.

→ País de origen o lugar de procedencia cuando así esté previsto.

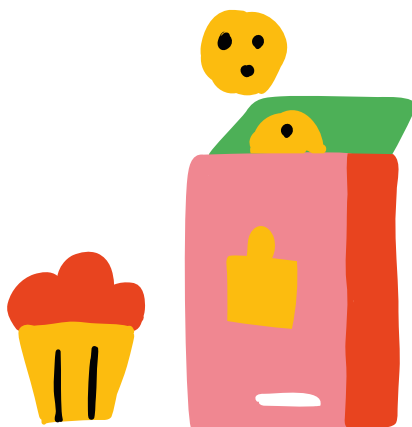
→ Modo de empleo en caso de que, en ausencia de esta información, fuera difícil hacer un uso adecuado del alimento.

→ En las bebidas que tengan más de un 1,2% en volumen de alcohol, se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido.

→ Información nutricional.

● Pequeños envases: cuando la cara mayor de los envases tenga una superficie inferior a 10 centímetros cuadrados, solamente será obligatorio indicar la denominación del producto, la cantidad neta, el marcado de fechas y cualquier ingrediente o coadyuvante tecnológico que cause alergias o intolerancias.

● Las indicaciones obligatorias del etiquetado de los productos alimenticios se expresarán, al menos, en castellano.



03

03. Requisitos de los Servicios

3.1 Autorizaciones

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.1).

3.2 Exhibición del Horario

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.2).

3.3 Exhibición de Precios

- Debe exhibirse en un lugar visible el precio de los servicios ofertados. Este debe ser total, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se pudieran repercutir a la persona usuaria.

- Si no se puede fijar el precio con exactitud deberá informarse de la base de cálculo que permita a la persona usuaria comprobar y confirmar el mismo.

3.4 Información Precontractual

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.4).

3.5 Publicidad

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.5).



3.6 Presupuesto

- En muchas prestaciones de servicios (reparaciones de automóviles, reformas del hogar, reparaciones de electrodomésticos, tintorerías...) la normativa obliga a la elaboración previa de presupuesto o a la renuncia expresa del mismo por parte de la persona consumidora.
- El presupuesto previo y su contenido se regula en las normas específicas del sector que vaya a realizar el trabajo.

3.7 Resguardo de Depósito

- Los establecimientos que reciban en custodia artículos para su reparación deberán entregar recibo escrito de los mismos en el momento de la entrega, haciendo constar en este, con suficiente precisión y claridad, al menos, los siguientes datos:

→ Identificación de la mercancía, con referencia a su denominación y características.

→ Estado en que se entrega, siendo suficiente una breve reseña sobre el estado de conservación del artículo.

→ Reparación que se solicita, con indicación de la anomalía que motiva la reparación.

→ Si se solicita o no presupuesto de la reparación, así como si la realización del mismo es gratuita o no. La expresión identificativa del importe efectivo, los impuestos o gravámenes que fueran de aplicación, así como los descuentos que le pudieran ser aplicados, en su caso. No será exigible la entrega del presupuesto en el mismo momento del depósito del bien en el establecimiento.

→ Nombre, domicilio y teléfono del establecimiento, además de la firma de quien recibe la mercancía o, en su defecto, sello identificativo del establecimiento.

→ Nombre, domicilio y teléfono de la persona depositaria del artículo.

● La acción o derecho de recuperación de los bienes entregados por la persona consumidora o usuaria al/a la empresario/a para su reparación prescribirá un año después del momento de la entrega

3.8 Desistimiento

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.7).

3.9 Justificantes de Venta

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.8).

3.10 Tenencia y Anuncio de las Hojas de Reclamaciones

Son aplicables los requisitos fijados para los establecimientos comerciales (ver 1.11).



04

04. Requisitos Venta a Distancia y Venta Fuera de Establecimiento Mercantil



4.1 ¿Qué son estas Modalidades de Contratación?

- Venta a distancia es la que se realiza a través de alguna técnica de comunicación, como Internet, teléfono, correo postal, entre otras, sin la presencia física simultánea de la persona empresaria y de la consumidora o usuaria.
- Venta fuera de establecimiento mercantil es la que se realiza en lugares distintos del establecimiento comercial, tales como hoteles, estaciones de transporte, vía pública, domicilio o excursiones. Si la persona empresaria contacta de modo personal e individual con la persona consumidora en lugar distinto del establecimiento mercantil, aunque la venta se produzca en el establecimiento comercial, la venta se considerará venta fuera de establecimiento mercantil.

4.2 Obligaciones Antes de la Contratación

- En todas las comunicaciones comerciales a distancia deberá constar inequívocamente su carácter comercial.
- En comunicaciones telefónicas la persona empresaria está obligada a informar al inicio de la comunicación sobre su identidad y sobre la finalidad comercial de la llamada.
- **Las empresas no pueden telefonar con fines comerciales o de publicidad sin el consentimiento previo del destinatario de la llamada.**
- La persona consumidora puede oponerse a recibir comunicaciones comerciales a distancia, tanto si ha habido una relación comercial previa como si no, por lo que la persona empresaria está obligada a informar en todas las comunicaciones comerciales de los medios sencillos y gratuitos para oponerse a recibirlos.
- La persona empresaria está obligada a conservar durante al menos un año los datos relativos a quienes hayan ejercido su derecho a no recibir ofertas comerciales, para su puesta a disposición de las autoridades competentes.
- La carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información legalmente establecidos incumbirá a la persona empresaria.

● En ningún caso la falta de respuesta a la oferta de contratación podrá considerarse como aceptación de ésta.

● En el caso de que la persona empresaria suministrase el bien o servicio ofertado sin aceptación explícita de la persona que recibe la oferta, esta no estará obligada a su devolución o custodia, ni podrá reclamársele pago alguno. Así mismo, la falta de respuesta a dicho envío, suministro o prestación de servicios no solicitados no se considerará consentimiento.

● La persona empresaria facilitará obligatoriamente, tanto en venta a distancia como fuera de establecimiento mercantil, de forma clara, gratuita y comprensible, y antes de que la persona consumidora quede obligada por la relación comercial, la siguiente información precontractual:

→ Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a la naturaleza de aquellos.

→ La identidad de la persona empresaria, incluido su nombre comercial.

→ La dirección completa del establecimiento y el número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico de la persona empresaria, cuando proceda, con objeto de que la persona consumidora pueda ponerse en contacto y comunicarse con ella de forma rápida y eficaz, así como, en su caso, la dirección completa y la identidad de la persona por cuya cuenta actúa. El precio total de los bienes o servicios, incluidas las cargas y gastos repercutibles; si el



precio no puede calcularse razonablemente de antemano se informará sobre la forma en que se determinará.

→ El coste de la utilización de la técnica de comunicación a distancia para la celebración del contrato, en caso de que dicho coste se calcule sobre una base diferente de la tarifa básica.

→ Los procedimientos de pago, entrega y ejecución.

→ La fecha de entrega de los bienes o de ejecución de la prestación de los servicios.

→ El sistema de tratamiento de las reclamaciones.

→ La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando esta no sea en la que se ha ofrecido la información previa a la contratación.

→ Información sobre el derecho de desistimiento que le asiste a la persona consumidora; las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercerlo, así como el modelo de formulario de desistimiento.

→ Si es el caso, informar de que la persona consumidora tendrá que asumir el coste de la devolución de los bienes al usar el desistimiento y, para los contratos a distancia, cuando los bienes, por su naturaleza, no puedan devolverse normalmente por correo, el coste de la devolución de los mismos.

→ La indicación de que a la persona consumidora no le asiste el derecho de desistimiento, cuando este no se aplique, o las circunstancias en las que lo perderá cuando le corresponda.

→ Un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes.

→ La duración del contrato y, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.

Además, cuando proceda:

→ La existencia de servicios posventa y las condiciones de las garantías comerciales.

→ La duración mínima de las obligaciones de la persona consumidora derivadas del contrato.

→ La existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que se tengan que pagar o aportar a solicitud de la persona empresaria.

→ La funcionalidad de los contenidos digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables.

→ Toda interoperabilidad relevante del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por la persona empresaria o que quepa esperar razonablemente que pueda conocer.

→ La posibilidad de recurrir a un mecanismo extrajudicial de reclamación y resarcimiento al que esté sujeto la persona empresaria y los métodos para tener acceso al mismo.

4.3 Obligaciones en el Momento de la Contratación

● En los contratos a distancia, cuando este se formalice, la persona empresaria está obligada a facilitar una copia del mismo, al menos en castellano.

● Corresponde a la persona empresaria probar el cumplimiento de las obligaciones de información y de entrega del contrato y del documento de desistimiento del contrato celebrado a distancia o fuera de establecimiento.

● La persona empresaria deberá facilitar a la persona consumidora, en un soporte duradero, la confirmación del contrato celebrado a distancia, en un plazo razonable después de la celebración del mismo, a más tardar en el momento de entrega de los bienes o antes del inicio de la ejecución del servicio.

● Tal confirmación incluirá:



→ Toda la información precontractual preceptiva, salvo que la persona empresaria se la haya facilitado en un soporte duradero.

→ Cuando proceda, la confirmación del previo consentimiento expreso de la persona consumidora y del conocimiento por su parte de la pérdida del derecho de desistimiento.

4.4 Obligaciones Después de la Contratación

● La persona empresaria tiene la obligación de atender la posible resolución del contrato por ejercicio del derecho de desistimiento.

● Igualmente, responde de la falta de conformidad del bien o servicio si no cumple con las especificaciones del contrato.

4.5 Desistimiento

● La ley otorga a la persona consumidora a distancia o fuera de establecimiento, el derecho a desistir de la contratación realizada en un plazo de 14 días naturales a contar desde el día que recibió el producto o se celebró el contrato de servicios, sin tener que alegar motivo alguno y sin incurrir en ningún coste, excepto los costes directos de devolución de los bienes, salvo si la persona empresaria acepta asumirlos o esta no ha informado a la persona consumidora que le corresponde asumir esos costes.

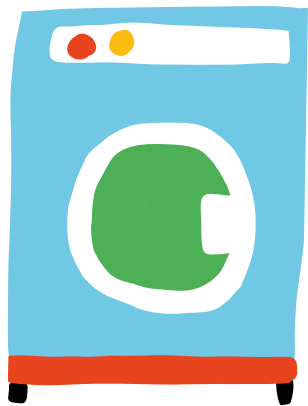
● La persona empresaria deberá entregar, junto con el envío de la mercancía o celebración del contrato, un documento de desistimiento, identificado claramente como tal, que exprese el nombre y dirección de la persona a quien debe enviarse y los datos de identificación del contrato y de las personas contratantes a que se refiere.

● Si la persona empresaria no ha facilitado a la persona consumidora la información sobre el derecho de desistimiento, el periodo de este último finalizará doce meses después de la fecha de expiración del periodo de desistimiento inicial.

● Si la persona empresaria facilita a la persona consumidora la información sobre el derecho de desistimiento antes de que finalicen los doce meses citados anteriormente, el plazo del mismo expirará a los 14 días naturales de la fecha en que la persona consumidora reciba la información.

● Salvo que la persona empresaria se haya ofrecido a recoger los bienes en los contratos de venta, podrá retener el reembolso hasta haber recibido los bienes o hasta que el consumidor haya presentado una prueba de la devolución de los mismos.

● Los contratos en los que la persona consumidora haya solicitado específicamente a la persona empresaria que la visite para efectuar operaciones de reparación o mantenimiento urgente y, en dicha visita, prestase servicios adicionales a los solicitados específicamente o suministrase productos distintos de las piezas de recambio utilizadas necesariamente para



efectuar las operaciones de mantenimiento o reparación, el derecho de desistimiento debe aplicarse igualmente a dichos servicios o bienes adicionales.

● Excepciones al derecho de desistimiento. La persona consumidora no tiene derecho a desistir de los contratos relativos a:

→ La prestación de servicios, una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado, cuando la ejecución haya comenzado, con previo consentimiento expreso de la persona consumidora y con el reconocimiento por su parte de que es consciente de que, una vez que el contrato haya sido completamente ejecutado por la persona empresaria, habrá perdido su derecho de desistimiento.

→ El suministro de bienes o la prestación de servicios cuyo precio dependa de fluctuaciones del mercado financiero que la persona empresaria no pueda controlar y que puedan producirse durante el periodo de desistimiento.

→ El suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones de la persona consumidora o claramente personalizados.

→ El suministro de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez.

→ El suministro de bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega.

→ El suministro de bienes que después de su entrega y teniendo en cuenta su naturaleza se hayan mezclado de forma indisoluble con otros bienes.

→ El suministro de bebidas alcohólicas cuyo precio haya sido acordado en el momento de celebrar el contrato de venta y que no puedan ser entregadas antes de 30 días, y cuyo valor real dependa de fluctuaciones del mercado que la persona empresaria no pueda controlar.

El suministro de grabaciones sonoras, vídeos o programas informáticos precintados que hayan sido desprecintados por la persona consumidora después de la entrega.

→ El suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas o revistas, con excepción de los contratos de suscripción para el suministro de tales publicaciones.

→ Los contratos celebrados mediante subasta pública.

→ El suministro de servicios de alojamiento para fines distintos del de servir de vivienda, de transporte de bienes, de alquiler de vehículos, comida o servicios relacionados con actividades de esparcimiento, si el contrato prevé una fecha o un periodo de ejecución específicos.

→ El suministro de contenido digital que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el previo consentimiento expreso de la persona consumidora, con el conocimiento por su parte de que ello le supone perder su derecho de desistimiento.



05

05. Seguridad de los Productos

5.1 En el Mercado solo Productos Seguros

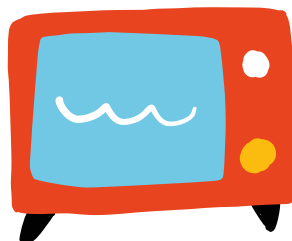
El deber general de no lesionar ni poner en peligro la salud y la integridad física de las personas conlleva a su vez el deber de poner en el mercado únicamente productos seguros.

Para ello, quienes producen y distribuyen los productos deben cumplir las obligaciones y los requisitos que se exponen a continuación.

5.2 ¿Qué se Considera Producto Seguro?

Producto seguro es cualquier producto que, en condiciones de utilización normales o razonablemente previsibles, incluidas las condiciones de duración y, si procede, de puesta en servicio, instalación y de mantenimiento, no presente riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos compatibles con el uso del producto y considerados admisibles dentro del respeto de un nivel elevado de protección de la salud y de la seguridad de las personas, habida cuenta, en particular, de los siguientes elementos:

- Las características del producto, entre ellas su composición y envase.
- El efecto sobre otros productos, cuando razonablemente se pueda prever la utilización del primero junto con los segundos.
- La información que acompaña al producto, en particular, el etiquetado, los posibles avisos e instrucciones de uso, eliminación, montaje y, si procede, instalación y mantenimiento, así como



cualquier otra indicación o información relativa al producto.

- La presentación y publicidad del producto.
- Las categorías de personas consumidoras que estén en condiciones de riesgo en la utilización del producto, en particular la población infantil y las personas mayores.

5.3 Requisitos de los Productos Seguros

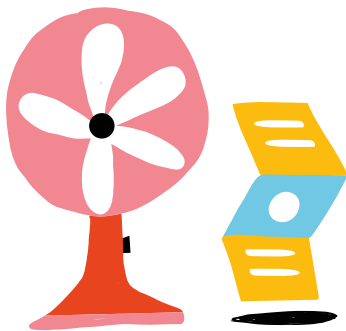
Se considerará que un producto que vaya a comercializarse en España es seguro cuando cumpla las disposiciones normativas de obligado cumplimiento que fijan los requisitos de salud y seguridad.

Existen requisitos de carácter general para todos los productos y otros que son de carácter específico para algunos de ellos.

Requisitos generales

Entre los principales requisitos generales:

- Fabricarse de acuerdo a las normativas que son de aplicación.



- Incluir las instrucciones de uso, manejo e instalación para un uso seguro.
- Indicar los datos de identificación de la persona responsable de la puesta en el mercado del producto, así como los datos que permitan identificar dicho producto con objeto de evitar riesgos.
- Incluir los marcados de seguridad obligatorios. Por ejemplo, el marcado CE en los juguetes.

Requisitos particulares

Algunos de los requisitos particulares son:

- Los productos deben tener la resistencia mecánica y la estabilidad suficiente para soportar las tensiones resultantes de su uso sin que se produzcan roturas o deformaciones que puedan causar lesiones físicas.
- Los bordes, salientes, cuerdas, cables y fijaciones accesibles de los productos deben diseñarse y fabricarse de forma que se minimice

lo más posible el riesgo de lesiones físicas que pudiera provocar el contacto con ellos.

- Los productos deben diseñarse y fabricarse de forma que no presenten riesgos o solo los riesgos mínimos inherentes al uso de los mismos que pudiera provocar el movimiento de sus partes.
- Los productos y en especial los juguetes no deberán presentar riesgo de estrangulamiento o de asfixia.
- Los productos destinados al uso de niños/as menores de treinta y seis meses, así como sus componentes y partes separables, deberán tener unas dimensiones tales que no puedan tragarse o inhalarse.
- La fabricación de los productos debe garantizar que la temperatura máxima y mínima que alcance cualquier superficie accesible no pueda provocar quemaduras u otras lesiones físicas.
- Los productos no deben constituir un peligroso elemento inflamable.
- Los productos no contendrán sustancias que causen riesgos de intoxicación o sean nocivas, cancerígenas, teratogénicas o mutagénicas.
- Los que utilicen energía eléctrica deben diseñarse y fabricarse de manera que no se produzcan riesgos de descargas ni de electrocución.
- A los efectos de la adopción de las correspondientes medidas administrativas de reacción, salvo prueba en contrario, se presumirá que un producto es inseguro cuando:

a) El producto o las instalaciones donde se elabore carezcan de las autorizaciones u otros controles administrativos preventivos necesarios establecidos con la finalidad directa de proteger la salud y seguridad de las personas consumidoras y usuarias. En particular, cuando estando obligado a ello, el producto haya sido puesto en el mercado sin la correspondiente «declaración CE de conformidad», el «marcado CE» o cualquier otra marca de seguridad obligatoria.

b) Carezca de los datos mínimos que permitan identificar quien lo produce.

c) Pertenezca a una gama, lote o una remesa de productos de la misma clase o descripción donde se haya descubierto algún producto inseguro.

5.4 Obligaciones de las Personas Productoras y Distribuidoras

Obligaciones de las personas productoras

- Tienen el deber de poner en el mercado únicamente productos seguros.
- Deben informar a las personas consumidoras, por medios apropiados, de los riesgos que no sean inmediatamente perceptibles sin avisos adecuados y que sean susceptibles de provenir de una utilización normal o previsible de los productos.
- Deben informar de los riesgos que dichos productos puedan presentar e informar convenientemente a quien los distribuya.

- Cuando conozcan que han puesto en el mercado productos que presentan para las personas consumidoras riesgos incompatibles con el deber general de seguridad, adoptar, sin necesidad de requerimiento de los órganos administrativos competentes, las medidas adecuadas para evitar los riesgos, incluyendo informar a estas mediante, en su caso, la publicación de avisos especiales, retirar los productos del mercado o recuperarlos de las personas consumidoras.

- Indicar, en el producto, los datos de identificación de su empresa y del producto.

- Colaborar con los órganos administrativos competentes, a petición de estos, en las actuaciones emprendidas para evitar los riesgos que presenten los productos que suministren o hayan suministrado.

Obligaciones de las personas distribuidoras

- Tienen el deber de distribuir solo productos seguros, por lo que no suministrarán productos cuando sepan o debieran saber, por la información que poseen y como profesionales, que no cumplen tal requisito.
- Actuarán con diligencia para contribuir al cumplimiento de los requisitos de seguridad aplicables, en particular durante el almacenamiento, transporte y exposición de los productos.
- Participarán en la vigilancia de la seguridad de los productos puestos en el mercado, en concreto:

→ Informando a los órganos administrativos competentes y a las personas productoras sobre los riesgos de los que tengan conocimiento.

→ Manteniendo, hasta tres años después de haber agotado las existencias de los productos, la documentación necesaria para averiguar el origen de los productos y aportarla a las autoridades que lo soliciten.

→ Colaborando en las actuaciones emprendidas por las personas productoras y los órganos administrativos competentes para evitar dichos riesgos.

Otros deberes de personas productoras y distribuidoras

● Cuando sepan o deban saber, por la información que poseen y como profesionales, que un producto que ya han puesto a disposición o suministrado a las personas consumidoras en España presenta riesgos incompatibles con el deber general de seguridad, comunicarán tales hechos inmediatamente a los órganos administrativos competentes de la comunidad autónoma afectada. En el caso de que el producto esté o se haya suministrado a las personas consumidoras de cualquier forma en el territorio de más de una comunidad autónoma, esta comunicación se dirigirá al órgano competente de la comunidad autónoma donde radique su domicilio social, que la transmitirá inmediatamente al órgano competente estatal en materia de consumo, para su traslado al resto de las comunidades autónomas afectadas.

● Esta comunicación deberá contener, al menos:

→ Los datos que permitan identificar con precisión el producto o lote de productos.

→ Una descripción completa del riesgo que presentan los productos.

→ Toda la información disponible que sea útil para localizar el producto.

→ Una descripción de la actuación emprendida con el fin de prevenir los riesgos para las personas consumidoras.



Realiza un consumo responsable, informado y sostenible.

Para una información más completa:

010

www.madrid.es/consumo