



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

tl

**CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS**

en el sector de **tintorerías y
lavanderías**



MADRID

Presentación

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

La consecución de este objetivo requiere indudablemente de iniciativas como la promoción y el desarrollo de los 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 que deseen adherirse al código deberán desarrollar para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Con su edición, el Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo invita a establecimientos y empresas de cada sector a la adhesión al presente Código de Buenas Prácticas. El distintivo «Buenas Prácticas», que concede el Ayuntamiento de Madrid, es símbolo de garantía para los consumidores 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 Economía, Hacienda y Empleo de la Comunidad de Madrid, a las organizaciones empresariales y a las asociaciones de consumidores.

Miguel Ángel Redondo Rodríguez.

Delegado del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo

NOTA ACLARATORIA

El presente Código de Buenas Prácticas no reproduce literalmente la normativa jurídica aplicable en el sector de tintorerías y lavanderías, sino que recoge un extracto de la misma, lo que no exime de las obligaciones a que se encuentren sujetos los destinatarios de aquella.

En aquellos casos en los que este código utiliza sustantivos de género masculino para referirse a personas, debe entenderse que se utilizan de forma genérica, con independencia del sexo de las personas mencionadas, de acuerdo con los criterios establecidos por la Real Academia Española y con estricta igualdad a todos los efectos.

Introducción.....	6
1. Objetivo del código	7
2. Ámbito de aplicación	7
3. Requisitos legales aplicables al sector	8
3.1. Información precontractual	8
3.2. Documentación	9
3.3. Condiciones de prestación del servicio	11
3.4. Contratación a distancia	13
3.4.1. Información previa al contrato	13
3.4.2. Contrato.....	14
3.4.3. Derecho de desistimiento	15
3.5. Responsabilidades	17
3.6. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente	18
3.7. Precios.....	20
3.8. Publicidad.....	20
3.9. Protección de datos	21
3.10. Gestión de residuos	21
4. Compromisos de actuación.....	24
4.1. En materia de consumo	24
4.2. Prestación del servicio	26
4.3. Instalaciones y personal.....	27
4.4. Gestión medioambiental	28
4.5. Tratamiento de incidencias.....	28

5. Seguimiento de la aplicación del código	30
6. Revisión y vigencia del código	30
7. Anexo I. Definiciones.....	31
8. Anexo II. Marco jurídico aplicable	33
9. Anexo III. Protocolo de autocontrol.....	36

Introducción

El presente «Código de Buenas Prácticas en el Sector de Tintorerías y Lavanderías» constituye la tercera actualización del editado por el Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid en el año 2007, elaborado en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 23 de mayo de 2002 y firmado con la **Asociación profesional de Tintorerías y Lavanderías de la Comunidad de Madrid**.

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

Dicho Código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector de Tintorerías y Lavanderías** y a unos compromisos de actuación en materia de calidad, resolución de reclamaciones, mejoras en la prestación del servicio, compromisos sociales y ambientales, etc., que exceden del contenido de aquellos, y que tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores, 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 de Tintorerías y Lavanderías 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

Debido a la importancia que en la actualidad representa el comercio de tintorerías y lavanderías y a la creciente demanda y expectativas de las personas consumidoras, el presente Código pretende fomentar el desarrollo de unas prácticas correctas en el sector, así como difundir y facilitar el cumplimiento de la normativa aplicable a las empresas, con el fin de lograr una mejora en el servicio que prestan.

Este Código, además de constituir el referente de la legislación aplicable al sector, incluye una serie de compromisos de actuación que complementan el marco normativo, promoviendo el autocontrol de la actividad por parte de las empresas, lo que facilitará una mayor calidad del servicio prestado.

El cumplimiento de todas las prescripciones contenidas en el mismo por parte de las empresas que voluntariamente se adhieran redundará en una mayor protección de los derechos de los consumidores, elevando su nivel de satisfacción y confianza.

2. Ámbito de aplicación

El presente Código se aplicará a todos los empresarios dedicados a la actividad de limpieza, conservación y teñidos de productos textiles, cueros, pieles y sintéticos que tengan su domicilio social o que operen mediante sucursales ubicadas en el término municipal de Madrid.

Estos empresarios pueden pertenecer a la Asociación Profesional de Tintorerías y Lavanderías de la Comunidad de Madrid o no, pero la aplicación del código requiere, en todo caso, la voluntad de adhesión al mismo por parte de cada empresario interesado.

3. Requisitos legales aplicables al sector

3.1. Información precontractual.

Antes de que el consumidor quede vinculado por un contrato u oferta, el empresario ha de facilitarle de forma clara, comprensible y accesible, una información relevante, veraz y suficiente sobre sus principales características. Cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, además de lo anterior, se facilitará en un formato fácilmente accesible, garantizando en su caso la asistencia necesaria, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

Son relevantes, al menos y entre otros, los siguientes datos:

- a) Identidad social y fiscal del empresario/a, su dirección completa y número de teléfono (obligatorio en la contratación presencial).
- b) Las características esenciales de los servicios, con indicación de sus posibles limitaciones, condiciones jurídicas aplicables, las advertencias y riesgos que puedan producirse al tratar la prenda.
- c) La indicación del precio total, incluidos impuestos y tasas, gastos adicionales por servicios accesorios (por tipo de recogida de las prendas, transporte o entrega, por ejemplo) o gastos repercutibles que puedan originarse (por ejemplo, por el uso de determinados medios de pago). En la Comunidad de Madrid la obligación de informar sobre el precio total requiere su exposición al público en los establecimientos donde se presten u oferten, mediante carteles perfectamente visibles y legibles.
- d) Fecha de entrega de las prendas al prestador del servicio y de ejecución de este.
- e) Procedimientos de pago, especialmente si pueden realizarse por adelantado, y de entrega de prendas y ejecución del servicio.
- f) La posible existencia de códigos de conducta (por ejemplo, la adhesión a este Código de Buenas Prácticas) y la forma de acceder a ellos por vía electrónica (www.madrid.es/consumo en el caso de este Código).
- g) El procedimiento para atender las reclamaciones y la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos que proceda.

El empresario adherido a una entidad acreditada para la resolución alternativa de conflictos de consumo –así como el adherido a un código de conducta que conlleve la obligación de facilitar su intervención, como es el caso del empresario que se adhiera a este código de buenas prácticas– informará sobre la posibilidad de recurrir a dicha entidad, identificando a la competente. Por ejemplo, en el caso de la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, aparte de esta denominación, ha de indicar su dirección (C/ Príncipe de Vergara, 140, 28002, Madrid), la de su página web (www.madrid.es/consumo, espacio Junta Arbitral de Consumo), y su dirección de correo electrónico: juntaarbitral@madrid.es. Esta información se ofrecerá de manera clara e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web, debiendo constar también en las condiciones generales de contratación. Si el empresario no dispusiera de sitio web o no existiera documentación relativa a las condiciones generales, el suministro de esta información se efectuará de cualquier manera que permita al consumidor su conocimiento, en particular a través de folletos informativos propios, carteles con la información en lugar accesible al consumidor o cualquier otra comunicación comercial.

Si se presta el servicio a domicilio, el prestador ha de mostrar al usuario una hoja informativa donde conste la información sobre, como mínimo, identificación del empresario y del servicio, los precios y recargos, las formas y medios de pago, la indemnización que proceda y la forma de reclamar.

3.2. Documentación

Una vez informado de todas las condiciones del servicio, y al recibir la prenda, el prestador del servicio debe expedir siempre un resguardo, entregando una copia al cliente y guardando otra para sí. Este resguardo sirve como documento justificativo ante una eventual reclamación o problema, y sus datos, al menos en castellano, han de ser como mínimo los siguientes:

- Datos identificativos del empresario: nombre, domicilio y NIF o DNI.
- Datos del usuario: nombre y domicilio.
- Número de orden o referencia identificativa del servicio solicitado.
- Designación de las prendas recibidas (si el servicio es de limpieza en seco, teñido, conservación y complementarios).
- Color de la ropa («blanca/color/varia», si la limpieza no se hace en seco).

- Servicio solicitado para cada prenda o paquete, según los servicios-tipo considerados en el art. 3 del RD 1453/1987.
- Precio por servicio y prenda, además del precio total, si se encarga la limpieza en seco, teñido, conservación y servicios complementarios. Si se solicita limpieza y no se realiza en seco el precio se referirá al paquete, prenda o prendas unitarias.
- Indicación de si el precio ha sido ya pagado o está pendiente de cobro.
- Fecha de recepción y de terminación e información de entrega en domicilio, si procede.
- Sello o firma del establecimiento.
- Firma del usuario si hay una exención de responsabilidad que beneficie al prestador.
- Observaciones necesarias, del usuario o del prestador del servicio, respecto del estado de uso de cada prenda y del tratamiento o cuidado de la prenda o paquete entregado.

Cuando exista posibilidad de deterioro de las prendas sometidas al tratamiento solicitado, bien por encontrarse ésta en mal estado, bien porque han de ser sometidas a manipulaciones especiales que puedan entrañar tal peligro, se expresará claramente esta circunstancia, con declinación, en su caso, de responsabilidades por parte del prestador del servicio.

Cuando exista la probabilidad de que el servicio solicitado no resulte conforme a lo requerido, por concurrir alguna circunstancia excepcional en la prenda objeto de la prestación o porque el cliente haya pedido la aplicación de un tratamiento no idóneo y desaconsejado por el prestador del servicio, habrá de hacerse constar esta circunstancia en el resguardo, con declinación, en su caso, de responsabilidades por el resultado de las manipulaciones a que ha de someterse la prenda.

Las partes pueden acordar una valoración previa de la prenda, a efectos de indemnización, que será vinculante para ambas en caso de extravío o de deterioro. Esta valoración debe constar expresamente.

Si se exige el pago por anticipado del servicio, se deberá indicar al consumidor para que lo acepte expresamente y se hará constar así en el resguardo.

Los establecimientos conservarán, de manera adecuada, copia de los resguardos durante al menos 6 meses desde la entrega de la prenda a la que se refieran.

Está prohibida la inclusión de cláusulas que se opongan a lo establecido en el Reglamento regulador de los servicios de este sector, aprobado por el RD 1453/1987, de 27 de noviembre. Las cláusulas que afecten a los derechos de los usuarios deberán redactarse de forma que el tamaño de la letra no sea inferior a 2,5 milímetros de altura ni el espacio entre líneas fuese inferior a los 1.15 milímetros, debiéndose evitar que un insuficiente contraste con el fondo haga difícil su lectura.

3.3. Condiciones de prestación del servicio

Una vez recibidas las prendas y cumplimentado el resguardo, el prestador del servicio ha de entregar una copia de este al consumidor, quedando otra en su poder.

La presentación del resguardo será obligatoria en el momento de retirar las prendas y deberá ser devuelto al cliente, haciendo constar en el mismo el pago del servicio. Este resguardo sirve como documento a efectos justificativos ante cualquier posible reclamación.

El cliente que pierda el resguardo deberá indicar en el momento de recoger la prenda su nombre completo, número de teléfono y/o exhibir el DNI u otro documento acreditativo, así como estampar su firma sobre la copia del resguardo en poder del empresario.

En relación con los precios y pagos hay que tener presente las siguientes previsiones reglamentarias:

- La no especificación en el resguardo del precio o del tipo de servicio obligará a facturar por la tarifa más baja de las anunciadas. En ningún caso podrán cobrarse cantidades superiores a las que figuren en el resguardo.
- Solo podrá exigirse el pago anticipado, total o parcial, del importe del servicio cuando exista conformidad expresa del usuario. En este caso el servicio tendrá el carácter de urgencia y se llevará a efecto en el plazo de tres días, contados desde la fecha de recepción de la prenda, o de seis días si el servicio encargado fuera el de teñido.
- Las prendas podrán ser retiradas del establecimiento sin recargo durante un plazo máximo de tres meses, desde la fecha prevista de terminación del servicio y/o

entrega a domicilio, a partir de los cuales se podrá cobrar una cantidad en concepto de guardarropa o conservación, siempre que se haga constar su importe en lugar visible al público, o conste en la hoja informativa para los supuestos de servicio a domicilio.

- El prestador del servicio debe admitir los pagos que se quieran realizar mediante el uso de tarjetas de crédito o débito que tenga anunciadas, pudiendo supeditar este uso a un precio mínimo del servicio que se quiera contratar, en cuyo caso, ha de anunciar tal precio. El uso de estos medios de pago puede originar unos recargos sobre los precios de los servicios, pero está limitada legalmente la tasa de intercambio, que es la comisión que el prestador del servicio puede aplicar cuando el consumidor paga con tarjeta bancaria. De esta forma, para tarjetas de débito, la tasa no será superior al 0,2% del valor de la operación, con un máximo de 7 céntimos de euro. Si el importe de la operación no excede de veinte euros, la tasa no excederá del 0,1% del valor de la operación.

En el caso de que el consumidor utilice tarjeta de crédito, la tasa por operación no será superior al 0,3% del valor de la operación. Si el importe de la operación no excede de veinte euros, la tasa no excederá del 0,2% del valor de la operación.

En el sector es habitual la contratación verbal ante el prestador del servicio o uno de sus auxiliares dentro de un establecimiento de aquel. Cada vez que se entregan prendas al titular para que efectúe un servicio (también cuando se retiran del domicilio del consumidor) ha de extenderse un resguardo con los datos ya referidos. La incorporación de cláusulas al contrato no negociadas individualmente y su presencia en el justificante conlleva la obligación del empresario de hacerlas accesibles y legibles, de forma que el consumidor pueda conocer su existencia y contenido antes de contratar. Por ejemplo, los carteles colocados en lugares especialmente visibles del establecimiento son una forma de incorporar las cláusulas que luego se documentarán en el resguardo.

Además, el prestador del servicio debe procurar que las condiciones generales se redacten de forma clara, concreta, sencilla y sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten antes o durante la conclusión del contrato, en cuyo caso han de referirse en el documento contractual. Un requisito de accesibilidad y legibilidad se refiere al tamaño de la letra, examinado en el epígrafe 3.2 de este Código.

También hay requisitos de contenido que debe respetar cualquier cláusula no negociada individualmente, predispuesta e impuesta por el prestador al consumidor. En general, será abusiva toda cláusula de este tipo, y también toda práctica no consentida expresamente, que origine un desequilibrio importante de los derechos

y obligaciones de las partes en contra de las exigencias de la buena fe y en perjuicio del consumidor.

En todo caso, está prohibida la inclusión en los resguardos de este tipo de cláusulas y de todas las que se opongan al Reglamento de Prestación del Servicio que recoge el Real Decreto 1453/1987, de 27 de noviembre.

Un tipo de cláusulas abusivas es aquel en el que se produce una limitación de derechos del consumidor, y por ello el prestador del servicio ha de evitar, entre otras, la inclusión de aquellas que limiten de forma injustificada su responsabilidad ante una falta de conformidad del servicio o una prestación defectuosa que origine daños con ocasión de su ejecución.

Además, la inclusión de cláusulas abusivas conlleva su nulidad, aunque la cláusula se haya predispuesto para un solo consumidor.

3.4. Contratación a distancia

3.4.1. Información previa al contrato

En estos contratos el empresario ha de facilitar previamente una información señalada en el art. 97.1 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, en adelante TRLGDCU, similar a la indicada en el epígrafe 3.1 de este Código para la contratación presencial, razón por la cual procede remitir a ese epígrafe para completar la información que se dará a continuación. En todo caso, es importante saber que la información facilitada forma parte del contrato y que el empresario carga con la prueba del correcto cumplimiento de los deberes informativos a los que le obliga la norma. Ha de tener en cuenta que:

- Aparte de su identificación (incluida la fiscal, así como los datos de inscripción en el Registro Mercantil, si es persona jurídica), ha de facilitar información relativa a los medios de contacto con el consumidor; por ejemplo, un nº de teléfono, una dirección de correo electrónico, etc., para que pueda contactar con él de forma rápida y eficaz.
- Es importante en este sector facilitar los precios totales de cada servicio prestado y los gastos adicionales por recogida y entrega de las prendas, así como referir el procedimiento que se seguirá en la prestación de estos servicios

adicionales. También lo es, por darse con cierta frecuencia una ejecución del servicio próxima a la celebración del contrato, lo referente al derecho de desistimiento y su posible pérdida.

3.4.2. Contrato

Cuando la contratación se ha hecho a distancia, el empresario ha de tener en cuenta que hay obligaciones que se extienden desde el momento de informar hasta el momento de ejecutar lo que se ha convenido:

- Deberá velar por que el consumidor confirme expresamente, en el momento de efectuar el pedido, que es consciente de que éste implica una obligación de pago.
- Si la realización de un pedido se hace activando un botón o una función similar, el botón o la función deberán etiquetarse únicamente con la expresión «pedido con obligación de pago» o análoga y no ambigua, de forma que indique que la realización del pedido implica la obligación de pagar. En caso contrario, la persona consumidora no quedará obligada por el contrato o pedido.
- En su sitio web debe indicar de modo claro y legible, a más tardar al inicio del procedimiento de compra, si se aplica alguna restricción de entrega y cuáles son las modalidades de pago aceptadas.

En un contrato electrónico se debe facilitar las condiciones generales de contratación antes de que la persona consumidora quede obligada, para que pueda almacenarlas. Ha de guiarle, indicando los trámites que deba seguir para celebrar su contrato y ha de confirmarle que ha recibido la aceptación dada a su oferta a través de un soporte duradero (fax, SMS, correo electrónico...) en un plazo razonable y, a más tardar, en el momento de entrega del producto, de manera que esta confirmación incluya la información que le proporcionó antes de contratar.

La recogida y entrega de las prendas se realizará en el domicilio indicado por el usuario a estos efectos, de forma que resulte esencial la colaboración de este en el cumplimiento de la obligación de entrega y recogida de las prendas que le correspondan a aquel. El prestador no podrá cumplir estas obligaciones si los datos facilitados por el usuario son falsos, inexactos o incompletos, o cuando la entrega no pueda efectuarse porque el destinatario está ausente y no ha identificado previamente, ante el prestador del servicio, a la persona que se encargará de facilitar la retirada o entrega.

En todo caso, el empresario deberá adoptar la diligencia necesaria para que la recogida/entrega pueda efectuarse en el tiempo acordado y, de no ser así, lo antes posible y a satisfacción del usuario. El horario de recogida/entrega del pedido será el pactado entre usuario y empresario. La entrega al consumidor se realizará mediante la puesta a su disposición, o de la persona en quien haya delegado, de las prendas ya tratadas, presumiéndose efectuada en el momento en que se haya firmado el resguardo.

En el momento de recoger la prenda del domicilio, el prestador del servicio expedirá un resguardo entregando una copia al cliente y quedándose otra para sí. Este resguardo tendrá el contenido y recogerá todas las circunstancias u observaciones previstas en el epígrafe de documentación (epígrafe 3.2 de este Código). Este resguardo servirá como documento justificativo a efectos de cualquier posible reclamación.

3.4.3. Derecho de desistimiento

- El consumidor tendrá derecho a desistir del contrato, es decir, a dejarlo sin efecto sin indicar el motivo ni ser penalizado por ello, durante un período de 14 días naturales a contar desde la celebración del contrato, si no se dan circunstancias especiales, que lo alarguen a treinta días naturales, como las previstas desde 28 de mayo de 2022 por el art. 102.1 del TRLGDCU, las cuales son poco frecuentes en este sector.
- El empresario ha de facilitar la información relativa a la existencia de este derecho, las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercerlo, los gastos razonables en que incurra si el consumidor desiste después de haber hecho una solicitud expresa de inicio en los términos que luego se examinarán, así como el modelo de formulario de desistimiento (Modelo B de formulario de desistimiento del Anexo I del TRLGDCU), que puede proporcionarse conforme al modelo de documento de información sobre el desistimiento establecido en la letra A del Anexo I de la citada norma. Este último no es obligatorio, pero la norma beneficia al empresario que lo utilice, porque considera que habrá cumplido con los requisitos de información anteriormente referidos. Lo que sí es obligatorio es facilitar el formulario de desistimiento del Modelo B, salvo que el contrato se celebre a través de una técnica de comunicación a distancia en la que el espacio o el tiempo sean limitados; por ejemplo, a través del teléfono móvil. En estos casos el empresario podrá facilitar el formulario mediante otro medio y en otro momento; a través de un enlace página web o un número de teléfono, por ejemplo.

En relación con el formulario obligatorio, ha de tenerse en cuenta que el empresario también puede, aunque de forma adicional, ofrecer al consumidor la posibilidad

de enviar un formulario sobre el derecho de desistimiento a través de su sitio web, formulario que puede variar con relación al previsto en el Modelo B del Anexo I.

- Como es frecuente en este sector que el servicio se preste durante el plazo paradestimar, si lo desea el consumidor, hay una excepción a este derecho que solo se aplicaría en determinadas circunstancias. Por esta razón, además de la información indicada más arriba, el empresario ha de informar al consumidor de que habrá perdido su derecho a desistir una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado si ha comenzado a prestarse con su previo consentimiento expreso y con el conocimiento, por su parte, de que lo perderá cuando se haya ejecutado íntegramente el servicio.
- Para que opere válidamente una excepción como la descrita ha de mediar una solicitud expresa del consumidor (que se puede efectuar antes, durante o después de la celebración del contrato, pero siempre antes de que se haya iniciado el servicio), de forma que no sea impuesta. Por esta razón, el empresario ha de obtener el consentimiento expreso del consumidor facilitándole el deseo de ejecución inmediata mediante una acción positiva, como puede ser marcar una casilla, no predispuesta, en el sitio web del empresario. Es decir, la aceptación de cláusulas generales por el consumidor no vale como consentimiento expreso a estos efectos.

Por otra parte, ha de tenerse en cuenta que la solicitud expresa del consumidor puede ser propuesta de forma activa por el empresario, pero este no está obligado a ofrecer esa opción ni a aceptar la solicitud de ejecución inmediata del servicio.

- Lo que sí puede el consumidor es hacer una sola declaración, que valga como solicitud expresa y como conocimiento de pérdida del derecho, de una sola vez. En la Comunicación de la Comisión de Directrices sobre la interpretación y la aplicación de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de los consumidores, se propone una fórmula (publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea en 29 de diciembre de 2021) como la siguiente: «Por la presente solicito [la ejecución inmediata o la ejecución en/a partir de una fecha específica durante el período de desistimiento] del contrato de servicios y acepto que perderé mi derecho de desistimiento del contrato una vez que el contrato haya sido ejecutado íntegramente».
- En caso de que el usuario ejercite el derecho de desistimiento después de una solicitud expresa de inicio con los dos requisitos formales expuestos, la cuantía de los gastos razonables sobre los que ha de informar el empresario difícilmente se podrá calcular de forma proporcional, con relación al precio total, pues no

cabe considerar cantidades consumidas, ya que este servicio no es un suministro de productos como el agua, el gas o la electricidad. En el caso de un servicio de tintorería lo que habría de abonarse es el importe del servicio realizado si la comunicación del deseo de desistir se efectúa cuando el empresario ya ha realizado el servicio, siempre y cuando se haya informado en los términos arriba indicados, haya habido una solicitud expresa válidamente efectuada y se haya expresado la fecha en que se realizará el servicio, pues esta sería una característica principal del mismo diferente de la fecha prevista de entrega de la ropa ya tratada. Si no se ha llegado a efectuar el tratamiento, pero se ha realizado una recogida de prendas, cabría el cobro de esta, pero solo en la medida en que se haya previsto expresamente que esta sería una prestación llevada a cabo íntegramente, por separado y a un precio identificado separadamente respecto del total acordado en un principio.

3.5. Responsabilidades

Hay un deber general de seguridad que obliga a los empresarios a poner en el mercado bienes o servicios seguros, entendiendo la normativa general de consumo que un bien o servicio es seguro si, en condiciones de uso normales o razonablemente previsibles, no presentan riesgo alguno para la salud o seguridad de las personas, o únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio y considerados admisibles dentro de un nivel elevado de protección de la salud y seguridad de las personas.

La normativa sectorial de consumo aplicable a los empresarios del sector considera que serán responsables de los daños y perjuicios producidos con ocasión de la prestación de servicios que efectúan.

No obstante lo anterior, podrán eximirse de responsabilidad en los supuestos de daño o deterioro cuando exista posibilidad de deterioro de las prendas sometidas al tratamiento solicitado, por encontrarse ésta en mal estado o porque hayan de someterse a manipulaciones especiales que puedan entrañar tal peligro, siempre y cuando se hubieran consignado claramente en el resguardo las observaciones correspondientes a estas circunstancias, con declinación, en su caso, de responsabilidades por parte del prestador del servicio y siempre con firma del usuario.

Se considerará extraviada una prenda cuando, requerida por el cliente, no sea devuelta por el prestador del servicio en un plazo de treinta días, a partir de la fecha prevista de entrega.

En los supuestos de daño o pérdida de las prendas, el empresario deberá abonar en concepto de indemnización la cantidad que hubiera sido expresamente pactada en el resguardo de depósito. Si no se hubiera efectuado dicha valoración, la indemnización deberá exigirse por los medios legalmente previstos.

Otra forma de responsabilidad en que puede incurrir el empresario se deriva de la falta de conformidad del servicio en relación con lo requerido, por concurrir alguna circunstancia excepcional en la prenda o porque el cliente haya pedido un tratamiento no idóneo y desaconsejado por el prestador del servicio. En este caso habrá de hacerse constar esta circunstancia en el resguardo, con declinación, en su caso, de responsabilidades del empresario. De esta manera, cuando se ha prestado el servicio sin que esta posibilidad hubiera sido prevista en el resguardo, el usuario podrá exigir que se realice de nuevo sin cargo alguno, con independencia de las reclamaciones que se pudieran presentar por las deficiencias del servicio.

La firma del usuario será requisito necesario cuando el resguardo refleje alguna causa de exención de la responsabilidad del prestador del servicio, de acuerdo con lo indicado anteriormente, tanto en los casos de daño en las prendas como por falta de conformidad del servicio.

En los autoservicios de lavandería, la responsabilidad queda limitada al buen funcionamiento de la maquinaria y a la calidad de los productos de limpieza proporcionados por el establecimiento.

La producción de residuos puede generar daños en bienes, en personas y en el medio ambiente. La Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular prevé la obligación de aseguramiento de un tratamiento adecuado de sus residuos, indicando que solo concluirá cuando se haya efectuado un tratamiento completo.

3.6. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente

Habrán de estar a disposición de la clientela y se exhibirán de modo permanente y visible al público el cartel oficial que anuncia su existencia. Los profesionales o empresas de venta a distancia y aquellos que carezcan de establecimientos o locales abiertos al público, deben disponer de las hojas de reclamaciones en el domicilio social o fiscal ubicado en la Comunidad de Madrid, debiendo hacer constar esta circunstancia en los lugares o en los soportes en los que se realice la oferta.

Las hojas de reclamaciones serán facilitadas cuando no haya conformidad con el servicio correspondiente, el precio cobrado o cualquier otra controversia surgida

al respecto. Si no fueran entregadas, se puede solicitar la presencia de la Policía Municipal a los efectos de que haya constancia de la negativa.

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

Con independencia de esa forma de reclamar o denunciar, dejando constancia ante la Administración competente, la normativa general de consumo establece como obligación esencial de cualquier prestador de servicios la de disponer de un servicio de atención al cliente que facilite información o permita la presentación de reclamaciones y quejas al consumidor y, por lo tanto, acceder al Sistema Arbitral de Consumo cuando una reclamación previa no haya podido ser resuelta, cualquiera que sea su lugar de residencia, de forma que se consiga una atención inmediata y se facilite el envío de documentos.

Por esta razón, es necesario poner a disposición del consumidor un número de teléfono, una dirección postal completa y una dirección de correo electrónico. Si la dirección legal no coincidiera con la habitual, se indicará aquella para facilitar la reclamación. Cuando se facilite la comunicación por teléfono, para atender en relación con un contrato realizado, el uso de la línea no puede suponer un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar.

En el supuesto de utilizarse una línea telefónica de tarificación especial que suponga un coste para el consumidor o usuario, el empresario facilitará al consumidor, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo.

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

Cuando una reclamación sea presentada directamente al empresario adherido a este Código, este informará sobre la adhesión a la Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Madrid, entidad acreditada a nivel europeo, indicando su denominación, dirección y la de su página web, en papel u otro soporte duradero. Esta información se ofrecerá de manera clara e identificable, comprensible y mediante un acceso fácil en su página web, debiendo constar también en las condiciones generales de contratación. Si el empresario no dispusiera de sitio web o no existiera documentación relativa a las condiciones generales, el suministro de esta información se efectuará de cualquier manera que permita al consumidor su conocimiento, en particular a través

de folletos informativos propios, carteles con la información en lugar accesible al consumidor o cualquier otra comunicación comercial.

3.7. Precios

Además de las especificaciones contenidas en el epígrafe 3.2 (documentación), habrá que tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- El prestador del servicio tiene libertad para fijar el precio de los servicios. Los precios deberán ser inequívocos, fácilmente identificables, claramente legibles y visibles por el consumidor, debiendo hacerse públicos mediante carteles perfectamente visibles y legibles o, a través de un soporte escrito, en el lugar donde efectivamente se presten.
- Si el precio estuviera sujeto a la elaboración de un presupuesto, se informará sobre la forma en que se determine, así como de todos los gastos adicionales de transporte, entrega, etc.
- Si la publicidad incluye el precio, este ha de ser el precio total, con las especificaciones que ya se han tenido en cuenta en relación con la publicidad informativa precontractual.

3.8. Publicidad

La publicidad realizada por las empresas del sector supone una finalidad de promoción, directa o indirecta, de la contratación de sus servicios, debiendo ajustarse a su naturaleza, características, utilidad o fin.

Toda publicidad u oferta debe respetar los principios de veracidad, objetividad y suficiencia, evitando la utilización de términos y/o información que puedan ser ilícitos: vejatorios, engañosos, desleales, agresivos hacia el consumidor, subliminales o contrarios a los derechos legalmente reconocidos.

Para enviar publicidad a distancia se debe contar con la autorización expresa (para comunicaciones electrónicas) o la no oposición del consumidor y usuario a la recepción de ofertas comerciales, debiendo constar inequívocamente su carácter comercial.

3.9. Protección de datos

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

Para aplicar la normativa de protección de datos en su establecimiento, el titular tiene a su disposición documentos y herramientas digitales elaboradas por la Agencia Española de Protección de Datos (www.aepd.es). Es recomendable la consulta periódica (ante la eventualidad de que sufran modificaciones) de las siguientes guías:

- «FACILITA RGPD», que es una aplicación gratuita especialmente ideada para empresas que tratan datos que suponen un escaso riesgo, como son los de clientes, proveedores y personal.
- «Canal del DPD», que es un canal del Delegado de Protección de Datos que tiene como finalidad atender las consultas planteadas ante la AEPD por los Delegados de Protección de Datos, tanto del sector público como del privado.
- «Comunica-Brecha RGPD», con esta herramienta un responsable de tratamiento puede obtener una valoración que le asista en la toma de decisiones sobre la obligación de comunicar a los afectados por una brecha de seguridad de los datos personales.
- «Gestiona EIPD», que es un asistente para el análisis de riesgo y evaluación del impacto en protección de datos.
- «Guía para la gestión y notificación de brechas de seguridad».
- «Guía para el cumplimiento del deber de informar».

3.10. Gestión de residuos

Gestión de residuos

La generación de residuos, especialmente los de carácter peligroso, es frecuente en el sector de tintorerías y lavanderías como consecuencia de la utilización industrial de productos que son necesarios para realizar la limpieza en seco.

Por esta razón, una tintorería está obligada a someter el inicio de su actividad a un trámite administrativo de comunicación previa, dirigido al órgano de la Comunidad de Madrid que tiene competencia de Medio Ambiente.

Las comunicaciones presentadas serán inscritas por la Comunidad de Madrid en el Registro que lleva a estos efectos, incorporando la información correspondiente al Registro de Producción y Gestión de Residuos, que es único y compartido en todo el territorio nacional. La comunicación genera un número de identificación medioambiental (NIMA), único y de ámbito estatal, así como un número de identificación en el registro asignado por la Comunidad de Madrid.

La actualización de este Código se produce poco después de la entrada en vigor de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular, que determina en sus artículos 20 y 21 una serie de obligaciones de otra índole para el prestador del servicio. Entre ellas destacan las siguientes:

1.- Obligación de asegurar un tratamiento adecuado de sus residuos, de forma que no se comprometa la salud humana, se preserve el medio ambiente y respete el orden de prioridad en la jerarquía de residuos previstos por los artículos 7 y 8 de la Ley, debiendo acreditar el empresario tal obligación de forma documental. A estos efectos, dispone de las siguientes opciones:

- a) Realizar el tratamiento por sí mismo, si dispone de autorización adecuada.
- b) Encargar el tratamiento a un negociante registrado o a un gestor autorizado.
- c) Entregar los residuos a una entidad pública de recogida de residuos para su tratamiento (por ejemplo, en los puntos indicados por el Ayuntamiento) o privada, incluidas las entidades de economía social, siempre que estén registradas.

Si el prestador del servicio entrega los residuos para un tratamiento intermedio o a un negociante, su responsabilidad concluirá cuando quede debidamente documentado el tratamiento completo a través de los correspondientes documentos de traslado de residuos y, cuando sea necesario, mediante un certificado o declaración responsable de la instalación de tratamiento final, documentos que podrán ser solicitados por el empresario del sector.

Cuando el empresario genere residuos que no sean peligrosos tendrá que separarlos en origen y gestionarlos de conformidad con las obligaciones de entrega, para valorización posterior, previstas en el artículo 25 de la citada Ley, debiendo acreditar documentalmente la corrección de la gestión. La responsabilidad del empresario por los residuos comerciales no peligrosos concluirá cuando los haya entregado en los términos previstos en las ordenanzas municipales y en el resto de la normativa aplicable.

Para facilitar la gestión de sus residuos el prestador del servicio, además de proporcionar la información que precisen los gestores autorizados, las entidades locales y las Administraciones Públicas competentes, ha de identificar sus residuos antes de la entrega para una gestión conforme a lo establecido sobre Clasificación y Lista europea de residuos por el artículo 6 de la norma citada y, en el caso de que sean residuos peligrosos, determinar sus características de peligrosidad.

Si el empresario produce residuos peligrosos en cantidad igual o superior a 10 toneladas al año ha de suscribir un seguro u otra garantía financiera que cubra las responsabilidades a que puedan dar lugar sus actividades, atendiendo a sus características, peligrosidad y potencial de riesgo, debiendo cumplir con lo previsto en el artículo 23.5.c) de la Ley 7/2022.

2.- Obligaciones relativas al almacenamiento, mezcla, envasado y etiquetado de residuos. Figuran en el artículo 21 de la Ley 7/2022 y, como son muy importantes y ofrecen multitud de detalles, es recomendable que el empresario efectúe su consulta teniendo en cuenta el contexto preciso en que realiza su actividad.

No obstante, una aproximación general a la norma permite deducir:

- a) La regulación del almacenamiento contempla tanto su acondicionamiento puramente físico como los plazos máximos en que puede tener lugar, dependiendo esos dos parámetros de la naturaleza de los residuos. Por ejemplo, los residuos peligrosos, además de reunir condiciones de identificación y habilitación referentes a las materias de seguridad e higiene (condiciones que son aplicables a todo tipo de residuos), han de estar protegidos de la intemperie y con sistemas de retención de vertidos y derrames. Su almacenamiento ha de durar un máximo de seis meses, salvo que la autoridad autonómica lo ampliara, previa justificación, en un plazo adicional de seis meses.
- b) La prohibición de mezclar residuos depende, igualmente, de su naturaleza: los residuos peligrosos no se deben mezclar ni diluir con otras categorías de residuos peligrosos ni con otros residuos, sustancias o materiales.

Si el empresario ha mezclado ilegalmente residuos peligrosos, además de la responsabilidad administrativa exigible, tendrá la obligación de entregárselos a un gestor autorizado para que lleve a cabo la separación, cuando sea técnicamente viable y necesaria. Si esta separación no es técnicamente viable ni necesaria, el empresario lo justificará ante la autoridad competente, debiendo entregarlos para su tratamiento a una instalación que haya obtenido una autorización para gestionar este tipo de mezcla.

- c) El envasado y etiquetado de los residuos solo se refiere a los peligrosos y se detalla en los apartados d) y e) del art. 21 de la Ley 7/2022. En el apartado e) figuran extremos importantes relativos a los datos de identificación (del empresario y del residuo), pictogramas de peligro, fijación y tamaño de la etiqueta.

Gestión de emisiones

Aquellas instalaciones en las que se lleve a cabo la actividad de limpieza en seco deberán no superar el valor límite de emisión total de compuestos orgánicos volátiles debidos al uso de disolventes orgánicos (por ejemplo, el percloroetileno). Este valor se fija en 20 g/kg y resulta expresado en masa de disolvente emitido por kilogramo de producto limpiado y secado. En caso contrario, el empresario está sujeto al cumplimiento obligatorio de las especificaciones recogidas en la correspondiente normativa de aplicación. Por esta razón procurará utilizar productos con bajo contenido en disolvente o que estén exentos de ellos.

En la Ley 34/2007, de 15 de noviembre, de calidad del aire y protección de la atmósfera, y en las normas reglamentarias de desarrollo, aparecen cuestiones técnicas sobre componentes orgánicos volátiles que son de interés para el empresario y sobre las que se fundamenta la Orden 665/2014, de 3 de abril, del Consejero de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, por la que se aprueba la estrategia de calidad del aire y cambio climático de la Comunidad de Madrid 2013-2020 (Plan Azul +).

4. Compromisos de actuación

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

4.1. En materia de consumo

- **Aceptarán el Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución extrajudicial de los conflictos surgidos entre los consumidores o usuarios y las empresas o profesionales** relacionados con los derechos legal o contractualmente reconocidos al consumidor. Para ello formularán la correspondiente oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, conforme a lo

previsto en el artículo 25 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero. Son características esenciales del Sistema Arbitral de Consumo la rapidez, simplicidad, gratuidad, voluntariedad, igualdad de partes y carácter vinculante y ejecutivo.

- **El empresario anunciará en el local y en su página web la adhesión voluntaria al Sistema Arbitral de Consumo y a este Código, mediante el correspondiente distintivo acreditativo.**
- **Los establecimientos adheridos al presente Código de Buenas Prácticas colaborarán en su difusión, debiendo tener ejemplares de este a disposición de los consumidores que lo soliciten** para su consulta, ejemplares que serán facilitados por el Ayuntamiento de Madrid, al objeto de difundir el citado Código, y que son accesibles a través de la página web municipal (www.madrid.es), introduciendo en el buscador la expresión «código de buenas prácticas en el sector de tintorerías y lavanderías»).
- Mantendrán a disposición del público cualquier otro material divulgativo facilitado por las Administraciones, Asociaciones de Consumidores y entidades análogas.
- Mediante carteles u otros medios informativos **efectuarán a los usuarios recomendaciones sobre la conveniencia de guardar la publicidad**, ya que puede tener carácter contractual, así como guardar los resguardos correspondientes a los pagos efectuados.
- **En los carteles expuestos al público con condiciones generales de contratación, especialmente las referidas a los precios de los servicios, dará a las letras y cifras un tamaño mínimo de 7 mm, prestando especial atención a los consumidores que tengan dificultades para acceder visualmente a ellas, para que puedan contratar con conocimiento de causa.**
- **Si después de la entrega de las prendas el empresario detectara posibilidades de falta de conformidad en el servicio o de deterioro en ellas, cuando ni uno ni otro extremo se hubieran advertido en el resguardo de depósito, comunicará a la mayor brevedad con el cliente, de forma que solo con consentimiento expreso de aquel se podrá proceder a la prestación del servicio**, debiendo constar las nuevas condiciones de contratación en el original y copia del resguardo entregado o en uno nuevo que incorporará la anulación expresamente pactada del anterior.
- **Garantizarán la asistencia necesaria para la cumplimentación de hojas de reclamaciones, prestando una especial diligencia en la detección de**

condiciones de vulnerabilidad en los consumidores y en la ayuda que precisen para conseguir un ejercicio del derecho de reclamación.

- **La adhesión al código de buenas prácticas y la concesión del correspondiente símbolo de calidad requerirán la cumplimentación del protocolo de autocontrol**, que recoge el enfoque esencial de la normativa y los compromisos de calidad, recomendándose la consulta previa o simultánea de los epígrafes del código a los que se refiere cada uno de sus apartados, especialmente en los casos en que se hace referencia a una gran cantidad de datos. **Cuando sea requerida por el Ayuntamiento de Madrid, es necesaria su remisión al Instituto Municipal de Consumo junto con la documentación solicitada y relativa a cada establecimiento**, al objeto de comprobar el cumplimiento de los requisitos necesarios para la autorización de la adhesión, así como su renovación en el tiempo. 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.

4.2. Prestación del servicio

- **En la prestación del servicio al cliente se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total**, evolucionando de modo permanente de acuerdo con las exigencias del mercado, contribuyendo a ello mediante la revisión de los procedimientos y atendiendo al cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad asumidos.
- **Se atenderá al usuario por orden de petición del servicio**, independientemente del motivo que lo origine.
- **En el caso de utilizar tarjetas de pago siempre se indicará y facilitará la comprobación por parte del consumidor del importe que figura en la pantalla del TPV al acercar la tarjeta, para que este se pueda asegurar de que es correcto. Así mismo, se le recomendará que guarde la copia de la información facilitada desde la pantalla y el propio tique de compra**, para que pueda comprobar la correspondencia entre el importe del cargo de la tarjeta y el de la pantalla del TPV.
- Con independencia del seguro de responsabilidad civil al que pueda resultar obligado por el ejercicio de su actividad industrial y la consiguiente producción de residuos, **los daños que el prestador del servicio pueda ocasionar a las prendas han de estar suficientemente cubiertos por el seguro que se suscribaa estos efectos.**

- **Revisará de forma periódica y adecuada la calidad de las materias primas y el funcionamiento de los aparatos industriales.**
- **Tendrá en cuenta que el «Servicio Express» es un servicio rápido que se presta en aquellos establecimientos en los que, previa conformidad expresa del cliente, además de realizarse el cobro anticipado, se exhibe el compromiso o se pacta la entrega de las prendas tratadas en un plazo inferior a 24 horas. Por tal razón, si ese período se superara en más de una hora, se devolverá al cliente el importe abonado por la prestación del servicio, salvo que sea por fuerza mayor o causa no imputable al establecimiento.** Los establecimientos que ofrezcan este servicio deberán indicar en el resguardo, además de todos los datos obligatorios, la fecha y hora de la entrega, la indicación de servicio «Express» y su importe.

4.3. Instalaciones y personal

- Como establecimientos de uso público **facilitarán, en la medida de lo posible, el acceso a los mismos a las personas en situación de limitación o movilidad reducida** (rampas de acceso...), con independencia del cumplimiento de las medidas de accesibilidad que sean obligatorias o requieran las Administraciones Públicas.
- **Los establecimientos en los que se atiende al público se mantendrán suficientemente iluminados, limpios y ordenados.**
- **El personal que atiende directamente al público mostrará en todo momento un comportamiento y lenguaje atento y cortés**, colaborando, siempre que así le sea requerido, en la resolución de las dudas que cualquier cliente pueda plantear.
- El empresario **dispondrá en el local de un espacio de almacenamiento adecuado a la naturaleza y características de las prendas en espera** o ya tratadas, de tal modo que se garantice su adecuada preservación e integridad.
- **Las empresas prestarán especial atención a la formación continua de los empleados, en especial sobre riesgos laborales. Se involucrará al personal trabajador en el cumplimiento de los compromisos de actuación de este código.**
- **Cuando los empleados acudan al domicilio de los clientes, se identificarán como tales, mediante el uso de un carné de empresa**, uniformidad, o cualquier otro documento acreditativo.

4.4. Gestión medioambiental

- La actividad de las tintorerías no solo debe regirse por la normativa vigente, sino que **debe adaptarse a cuantas buenas prácticas medioambientales sean necesarias para minimizar el consumo de materias primas y energía, así como la producción de residuos, especialmente los peligrosos**. Por esta razón el empresario se compromete a consultar los Manuales o Catálogos de Buenas Prácticas de las Administraciones Públicas (por ejemplo, el Catálogo de Buenas Prácticas del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, accesible en miteco.gob.es), implementando las medidas que le resulten posibles e informando sobre su adopción en caso de que se solicite información sobre tales medidas.
- **Colaborará en las campañas específicas de prevención de residuos concretos que desarrolle el Ayuntamiento** —para lo que es aconsejable la consulta periódica en su página web (www.madrid.es)— **u otras Administraciones competentes**.
- **El empresario facilitará información sobre la ubicación de puntos fijos, móviles y puntos de proximidad, dependencias, mercadillos y recogida a domicilio donde puede depositarse ropa usada**, pudiendo encontrar esta información en la página web del Ayuntamiento de Madrid (www.madrid.es introduciendo en el buscador la expresión «puntos limpios»).

4.5. Tratamiento de Incidencias

En cualquier circunstancia, y como norma general, se exhorta al personal del establecimiento a **considerar las posibles discrepancias de los juicios o valoraciones manifestadas por el cliente como oportunidades de mejora, evitando siempre los enfrentamientos dialécticos**.

Las principales causas de controversia que se pueden producir como consecuencia del servicio prestado en el desarrollo de esta actividad son:

Limpieza insuficiente.

Si el cliente estuviera insatisfecho con el resultado del servicio al recoger la prenda, **se repetirá el proceso completo con su consentimiento hasta dos veces, sin cargo alguno**, salvo que se hubiera informado previamente en el resguardo de la posible disconformidad del servicio y siempre que se pueda garantizar la integridad de la prenda.

Si, a pesar de todo, persistiera la falta de conformidad, el empresario procederá a devolver el precio que el consumidor le abonó por un servicio que no ha conseguido el resultado previsto.

Deterioro de las prendas o extravío en el establecimiento.

Se actuará ateniéndose a las siguientes directrices:

- **Se informará al cliente, de manera objetiva, clara e inmediata, sobre cualquier suceso ocurrido a la prenda**, ya sea el extravío o cualquier tratamiento a la prenda que haya podido causar daños, visibles o no, en aquella; **así como las posibles consecuencias que le acarrearía, en caso de reclamación, la retirada de la prenda del establecimiento**.
- Si no se pactó previamente y por escrito en el resguardo una valoración de la prenda en caso de incidencia, la empresa **propondrá una indemnización con arreglo al importe de la prenda reflejado en su factura de compra, disminuyendo dicho importe en función de variables como pueden ser la antigüedad de la prenda, su tipo, precio y estado de conservación**. Si el cliente aceptase la indemnización propuesta, la prenda pasará a ser propiedad del establecimiento. En caso contrario, advertirá al consumidor sobre la posibilidad de recurrir a la Junta Arbitral de Consumo, identificando a aquella a la que se hubiera adherido.
- **Si el cliente no tiene la factura de compra o resguardo de la compra de la prenda, y sin existir valoración previa, el gerente o encargado del establecimiento tratará de llegar a un acuerdo o solución amistosa en el plazo de 5 días hábiles desde que se presentó la reclamación**.
- **En todo caso, y con independencia de la indemnización que proceda, el empresario devolverá el precio que abonó el consumidor**.

5. 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 que se recogen en él, en base a los datos consignados en el protocolo de autocontrol y documentación solicitada al respecto, sin perjuicio de las actividades de inspección, control y verificación, que se estimen oportunas en relación 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, el cual podrá determinar, en cualquier momento, su retirada y en el caso de detectar desviaciones con respecto al mismo.

La exhibición del símbolo de calidad por parte de aquellos establecimientos que no cumplan todos los aspectos del presente código, ya sean legales o de calidad, supondrá la retirada inmediata del mismo y la prohibición absoluta de su utilización.

El Ayuntamiento de Madrid procederá a inscribir en el correspondiente Registro de Empresas Adheridas y Concesionarias del Símbolo «Buenas Prácticas», adscrito a la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, a aquellos establecimientos que hayan solicitado su adhesión al mismo, una vez que se haya comprobado por los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid el cumplimiento de todos los requisitos.

6. Revisión y vigencia del código

La revisión y vigencia de este Código se llevará a cabo, en todo caso, transcurridos cuatro años desde su aprobación y siempre que se produzca alguna modificación normativa que afecte sustancialmente al contenido del mismo.

7. Anexo I. Definiciones

Autocontrol

Mecanismo de autoevaluación y control incorporado a los Códigos de Buenas Prácticas que facilita a los empresarios la verificación del cumplimiento de la normativa vigente y de las buenas prácticas del presente Código.

Factura

Documento fiscal que deberá ser expedido en el momento de realizarse la operación, sin perjuicio de las demás consideraciones del R.D. 1619/2012, de 30 de noviembre. Podrá expedirse factura simplificada cuando la venta al por menor no exceda de 3.000,00 euros, IVA incluido.

Las facturas podrán expedirse por cualquier medio, en papel o en formato electrónico, que permita garantizar al obligado a su expedición la autenticidad de su origen, la integridad de su contenido y su legibilidad, desde su fecha de expedición y durante todo el periodo de conservación.

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

Productor de Residuos

Cualquier persona física o jurídica cuya actividad produzca residuos (productor inicial de residuos) o cualquier persona que efectúe operaciones de tratamiento previo, de mezcla o de otro tipo que ocasionen un cambio de naturaleza o de composición de esos residuos.

Residuo peligroso

El que presenta una o varias de las características de peligrosidad enumeradas en el Anexo I de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular, así como aquél que sea calificado como residuo peligroso por el Gobierno, de conformidad con lo establecido en la normativa de la Unión Europea o en

los convenios internacionales de los que España sea parte. También se comprenden en esta definición los recipientes y envases que contengan restos de sustancias o preparados peligrosos o estén contaminados por ellos, a no ser que se demuestre que no presentan ninguna de las características de peligrosidad enumeradas en el Anexo I de la citada Ley.

Seguro de Responsabilidad Civil

Por el seguro de responsabilidad civil el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos en la Ley y en el contrato, a cubrir el riesgo del nacimiento a cargo del asegurado de la obligación de indemnizar a un tercero los daños y perjuicios causados por un hecho previsto en el contrato, de cuyas consecuencias sea civilmente responsable el asegurado, conforme a derecho.

Servicios

Las definiciones que se exponen a continuación tienen en cuenta la clasificación de Servicios-tipo que aparece en el Reglamento aprobado por el Real Decreto 1453/1987.

- **Limpieza:** Consiste en el lavado de productos textiles, de cuero, piel, o sintéticos, con adición al agua y jabón u otros productos.
- **Limpieza en Seco:** Consiste en un sistema de limpieza en la que se utilizan compuestos orgánicos y volátiles al no poderse introducir las prendas en agua.

Pueden distinguirse dos tipos básicos de servicio:

- Simple: consiste en limpieza en seco y planchado mecánico.
 - Completa: incluye limpieza en seco, el desmanchado específico, planchado mecánico, retoque y planchado final a mano.
- **Limpieza que no se realiza en seco:** en los casos de régimen de autoservicio, comprende el lavado o bien lavado y secado. En servicios efectuados por el personal del establecimiento, se incorporará a las anteriores manipulaciones el doblado, solamente, o el planchado y doblado.
 - **Teñido:** Cambio de color de las prendas textiles, de cuero, de piel o sintéticas.
 - **Conservación:** El mantenimiento de la prenda, durante un tiempo determinado, en condiciones óptimas para evitar su deterioro.

- Cualquier otra actividad de planchado, o reparación realizada por los servicios mencionados.

Servicio Urgente

A efectos del RD 1453/1987, es aquél que debe realizarse en el plazo máximo de 3 días, a partir de la fecha de recepción de la prenda, o de 6 días en los servicios de teñido.

El servicio adquiere carácter de urgente.

8. Anexo II. Marco jurídico aplicable

NOTA ACLARATORIA

«El presente Código de Buenas Prácticas no reproduce literalmente la normativa jurídica aplicable al sector de tintorería y lavandería, sino que recoge un extracto de la misma, lo que no exime de las obligaciones a que se encuentran sujetos los destinatarios de aquella».

ÁMBITO COMUNITARIO

- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).

ÁMBITO ESTATAL

- Ley 50/1980, de 8 de octubre, reguladora del contrato de seguro.
- Real Decreto 1453/1987, de 27 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento Regulador de los servicios de limpieza, conservación y teñido de productos textiles, cueros, pieles y sintéticos.

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación.
- Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Real Decreto 117/2003, de 31 de enero, sobre limitación de emisiones de compuestos orgánicos volátiles debidas al uso de disolventes en determinadas actividades.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Real Decreto 1801/2003, de 23 de diciembre, sobre Seguridad General de los Productos.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. En fechas próximas a la edición de este CBP ha sido modificado por el Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, y la Ley 4/2022, de 25 de febrero.
- Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 1619/2012, por el que se regulan las obligaciones de facturación, que sustituye al Reglamento de facturación aprobado por el Real Decreto 1496/2003.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de Residuos de la Comunidad de Madrid.
- 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.
- Decreto 130/2002, de 18 de julio, por el que se desarrolla la Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 152/2001, de 13 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998, de 9 de julio. (Solo arts. 29 y 30).
- Ley 16/1999, de 29 de abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid (B.O.C.M. 15-04-2011), en trámite de modificación al cerrarse la edición de este CBP, razón por la cual se recomienda su consulta a través de la página web del Ayuntamiento de Madrid.
- Ordenanza de Limpieza de los Espacios Públicos y Gestión de Residuos (B.O.C.M. 24-03-2009).
- Ordenanza General de Protección del Medio Ambiente Urbano (B.O.C.M. 31-10-1985).

9. Anexo III. Protocolo de autocontrol

Requisitos legales aplicables al sector (APARTADO 3 DEL CBP)

Información precontractual. Etiquetado y presentación (APARTADO 3.1 DEL CBP)

	SI	NO
Se facilita información en formato fácilmente accesible sobre estos aspectos:		
1. Nombre comercial, razón social, dirección completa y teléfono del empresario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Descripción del servicio y condiciones económicas y jurídicas, especialmente las de responsabilidad en caso de deterioro/pérdida de prendas o servicio disconforme.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Cartel en establecimiento (hoja informativa, en servicios a domicilio) con precios de servicios-tipo y adicionales que se presten, así como recargo por guardarropa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Fechas de entrega de las prendas y de retirada tras ejecución del servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Voluntariedad del pago por adelantado, urgencia consecuente del servicio y plazo máximo de tres días para efectuarlo (seis si es de teñido), así como condiciones del pago con tarjeta, con sus posibles limitaciones y recargos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Códigos de conducta (CBP) y tratamiento de reclamaciones y acceso al ARC.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Documentación y condiciones de prestación del servicio (AP. 3.2 Y 3.3 CBP)	SI	NO
Se ha de facilitar en cada entrega de ropa un resguardo con estos datos:		
7. Nombre y domicilio de los contratantes, así como CIF/NIF de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. N° de referencia identificativo del servicio contratado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Fechas de entrega de las prendas y de terminación prevista del servicio, así como posibilidad de devolución de prendas a domicilio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Designación de prendas (limpieza en seco, teñido y complementarios) o «blanca, color, varia» para el color de los paquetes de ropa si no hay limpieza en seco.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Servicio-tipo solicitado para cada prenda o paquete de ropa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Precio por servicio para cada prenda y precio total (en limpieza en seco y otros) o precio de servicio por paquete/prendas si la limpieza no es en seco.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Observaciones de los contratantes sobre el estado de uso de cada prenda y del tratamiento o cuidado de la misma o paquete entregado, así como pacto que se alcance sobre la indemnización en caso de deterioro o pérdida de la prenda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Firma o sello del empresario y, si hay alguna causa de exención de la responsabilidad del prestador del servicio, firma del usuario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Las cláusulas sobre derechos del usuario tienen letra de más de 2,5 mm de alto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Conserva los resguardos durante 6 meses o más desde la entrega de la prenda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Se devuelve el resguardo presentado con indicación de haberse pagado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. En caso de pérdida del resguardo solicita identificación al usuario y su firma en la copia en poder del empresario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratación a distancia (APARTADO 3.4 DEL CBP)	SI	NO
19. El clausulado general es accesible antes de hacer el pedido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Se facilita o pone a disposición del consumidor, de forma acorde a la técnica de comunicación utilizada, una información precontractual similar a la propia de la contratación presencial y también sobre existencia y plazo del derecho de desistimiento (14 días naturales, formulario incluido), así como excepciones o condiciones en que se produce la pérdida del mismo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Se confirma el contrato en soporte duradero, incluyendo la información precontractual, salvo que se hubiera facilitado en ese tipo de soporte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Responsabilidades (APARTADO 3.5 DEL CBP)	SI	NO
22. Facilita la valoración previa de la prenda al objeto de pactar la indemnización que proceda por pérdida o deterioro y se exprese en el resguardo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Si hay falta de conformidad en el resultado del servicio, sin advertencia previa en el resguardo, se presta de nuevo sin cargo alguno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE TINTORERÍAS Y LAVANDERÍAS

Una de las principales líneas estratégicas del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, desarrollada a través de la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, es la elaboración e implantación de Códigos de Buenas Prácticas para los distintos sectores comerciales, en colaboración con las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.

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



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



ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE TINTORERÍAS Y LAVANDERÍAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID



ADICAE
Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros



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

