



PROTECCIÓN  
AL CONSUMIDOR

**tl**

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS  
en el sector de  
**tintorerías  
y lavanderías**



**MADRID!**



# Presentación

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

La consecución de este objetivo requiere indudablemente de iniciativas como la promoción y el desarrollo de Códigos de Buenas Prácticas en los diferentes sectores comerciales, empresariales y profesionales. Fomentar la autorregulación y el autocontrol en los diferentes sectores empresariales, favorecer la participación de las organizaciones empresariales y de las asociaciones de consumidores en la mejora continua del ámbito del consumo y garantizar la protección, los derechos y los intereses económicos de los consumidores, son prioridades que desde el Ayuntamiento de Madrid se quieren potenciar mediante medidas como la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas.

En esta publicación se recogen los requisitos que la normativa establece, así como una relación de buenas prácticas que los empresarios deberán desarrollar para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Con su edición, el Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias 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, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid, a las organizaciones empresariales y a las asociaciones de consumidores.

**José Javier Barbero Gutiérrez**

Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias

Introducción .....	7
<b>1. Objetivo del código.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Ámbito de aplicación.....</b>	<b>9</b>
<b>3. Requisitos legales exigibles en el sector.....</b>	<b>10</b>
3.1. Información al usuario .....	10
3.2. Documentación .....	12
3.3. Condiciones de prestación del servicio .....	13
3.4. Responsabilidades .....	15
3.5. Servicio de atención al cliente y reclamaciones.....	16
3.6. Publicidad .....	17
3.7. Protección de datos .....	18
3.8. Gestión medioambiental .....	19
3.8.1 Gestión de residuos .....	19
3.8.2 Gestión medioambiental de emisiones .....	20
<b>4. Compromisos de actuación .....</b>	<b>21</b>
4.1. En materia de consumo .....	21
4.2. Prestación de servicio .....	22
4.3. Instalaciones y personal .....	23
4.4. Protección medioambiental .....	24
4.5. Tratamiento de posibles incidencias .....	24
<b>5. Seguimiento de la aplicación del código .....</b>	<b>26</b>
<b>6. Revisión y vigencia del código .....</b>	<b>27</b>

7.	<b>ANEXO I.</b>	
	Definiciones .....	29
8.	<b>ANEXO II.</b>	
	Preguntas frecuentes .....	32
9.	<b>ANEXO III.</b>	
	Marco jurídico aplicable .....	38
10.	<b>ANEXO IV.</b>	
	Protocolo de autocontrol .....	40



# Introducción

El presente “Código de Buenas Prácticas en el Sector de Tintorerías y Lavanderías constituye la actualización del editado por el Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias 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.

Este código se articula sobre una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector de Tintorerías y Lavanderías** y 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 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 prevén unas correctas prácticas que redundan en una mayor protección de los derechos de los consumidores.

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

# 1. Objetivo del código

El presente Código de Buenas Prácticas se configura como un instrumento de autorregulación del sector de Tintorerías y Lavanderías que permite adaptar las exigencias legales a la problemática y características propias del sector, así como aportar a su actividad una serie de compromisos de actuación que exceden del marco normativo que le es aplicable.

Su implantación tiene como objetivo promover la calidad de la actividad desarrollada por las empresas del sector en un marco de competencia leal y acrecentar el grado de protección de los derechos de los consumidores y usuarios, así como de sus intereses económicos y sociales.

Además, las empresas que se adhieran a este Código de Buenas Prácticas se comprometen, entre otros aspectos, a llevar a cabo un adecuado autocontrol de la actividad desarrollada, como instrumento de mejora del servicio prestado a sus clientes, contribuyendo con ello a garantizar las necesidades y expectativas de estos.



## 2. Ámbito de aplicación

El presente código será de aplicación a todos los establecimientos dedicados a la actividad de limpieza, conservación y teñidos de productos textiles, cueros, pieles y sintéticos que puedan pertenecer a la **Asociación Profesional de Tintorerías y Lavanderías de la Comunidad de Madrid** y deseen adherirse al mismo, así como a todos aquellos cuyos titulares de dicho sector que manifiesten voluntariamente su adhesión.

El ámbito territorial se limita exclusivamente a aquellos empresarios que tengan su domicilio social o que operen mediante sucursales ubicadas en el término municipal de Madrid.

## 3. Requisitos legales aplicables al sector

### 3.1 Información al Usuario

Antes de contratar estos servicios las empresas que los prestan deben facilitar a los consumidores y usuarios, de forma clara y comprensible, una información relevante, veraz, y suficiente sobre sus principales características. Son relevantes, al menos y entre otros, los siguientes datos:

- a) La identidad del empresario: nombre o razón social, nombre comercial, dirección completa, el número de teléfono, número de fax o dirección de correo electrónico y número de identificación fiscal del empresario por cuya cuenta actúe.
- b) Descripción de los características esenciales de los servicios, con indicación de sus posibles limitaciones, condiciones jurídicas aplicables, advertencias y riesgos que puedan producirse al tratar la prenda.
- c) La indicación del precio total, con inclusión de impuestos; o presupuesto de los servicios, si fuera necesario. Han de incluirse también los gastos adicionales por servicios accesorios que pudieran contratarse, por ejemplo, por recepción de las prendas, transporte o entrega; o gastos repercutibles que pueden originarse, como son las que puedan ocasionar la admisión de determinados medios de pago. Se desglosarán los importes correspondientes a los incrementos y descuentos, así como los gastos adicionales y repercutibles.
- d) La fecha de recepción de las prendas por el prestador del servicio y de terminación de este.
- e) El procedimiento de pago, especialmente si puede realizarse por adelantado, y los de entrega de prendas y ejecución del servicio.

- f) Las condiciones de prestación del servicio y horario de atención al público.
- g) El sistema de tratamiento de las reclamaciones por parte del empresario y, cuando proceda, la posibilidad de recurrir a un mecanismo extrajudicial de reclamación al que esté sujeto el empresario y los métodos para tener acceso al mismo.

Hay obligación de proporcionar mediante cartelería la información relativa a precios y recargos, así como la referente a los horarios y la existencia de hojas de reclamaciones. Otra documentación (el Reglamento Regulador del Servicio y Carta de Recomendaciones al Usuario) habrá de estar a disposición del consumidor que la solicite. Cuando el establecimiento preste el servicio en el domicilio del usuario, el prestador ha de mostrarle una hoja informativa donde conste la información sobre, como mínimo, los datos de 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.

También es posible contactar a distancia con el empresario y, por ejemplo, solicitarle un presupuesto online a través de los formularios que habiliten las empresas. Para ello deberá el consumidor rellenarlos o indicar las prendas, sus características y el servicio que se solicita de forma exacta o lo más ajustadamente posible, proporcionándole el prestador la información precontractual ya indicada y además la referida al posible ejercicio del derecho de desistimiento. Este derecho es el que disfruta el consumidor para dejar sin efecto el contrato que haya podido consentir, sin necesidad de alegar ninguna causa. Se lo puede reconocer libremente el empresario o venir impuesto por la ley, extremo este que se da cuando se realiza una contratación a distancia o fuera de establecimiento comercial.

Para estos tipos de contratación la legislación aplicable en materia de consumo prevé un derecho de desistimiento ejercitable en un plazo de 14 días naturales, a contar desde el día en que se celebra el contrato si el prestador le ha informado correctamente sobre él. No sería ejercitable este derecho si el servicio ha sido plenamente realizado: si durante el plazo citado ha empezado a prestarse el servicio, previo consentimiento expreso del consumidor y con su conocimiento de la pérdida de este derecho en esas circunstancias, entonces no cabría tal derecho. En todo caso hay que informar antes de contratar a distancia o fuera de establecimiento comercial de que el consumidor perderá este derecho cuando se de una situación como la descrita.

## 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 o razón social, domicilio, NIF o DNI.
- Datos del usuario: nombre y domicilio.
- Número de orden o referencia identificativa del servicio solicitado.
- Designación de las prendas recibidas en el caso de servicios de limpieza en seco, teñido, conservación y complementarios. Para la limpieza que no se realice en seco, se especificará si el paquete es de ropa blanca, de color o varia.
- Servicio solicitado para cada prenda o paquete, dependiendo del tipo de servicio contratado.
- Precio del servicio para cada prenda y precio total.
- Fecha de recepción de la prenda y de terminación prevista del servicio (o entrega en domicilio).
- Observaciones relativas al servicio o a la prenda que se considere necesario especificar (por ejemplo, solicitud de un tratamiento no idóneo para la prenda pese a desaconsejarlo el prestador del servicio, alguna característica especial de la prenda que tenga especial relevancia para la ejecución del servicio, etc.).
- Sello o firma del prestador del servicio y firma del usuario si existe alguna exención de responsabilidad que le comunique aquel.

Cuando exista la posibilidad de deterioro de las prendas sometidas al tratamiento solicitado, bien porque han de someterse a manipulaciones especiales, bien por encontrarse éstas en mal estado, se expresará claramente esta circunstancia en el resguardo, 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, 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.

El usuario y el prestador del servicio podrán pactar de mutuo acuerdo, a efectos de indemnización, una valoración previa de la prenda, que sería de obligada aplicación para ambas partes en caso de extravío o deterioro. Esta valoración debe constar expresamente en el resguardo.

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 los resguardos durante al menos 6 meses desde la entrega de la prenda a la que se refieran.

### **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 a 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. En tarjetas de débito el prestador puede cargar un 0,1% del valor de la operación si esta es inferior a 20 euros y un 0,2% si es superior a esta cantidad, con un máximo de 7 céntimo de euro por cada euro. Para tarjetas de crédito estos porcentajes son el 0,2% y el 0,3% respectivamente, no habiendo un importe máximo establecido.

En el sector es habitual la contratación verbal ante el prestador del servicio, o uno de sus auxiliares, dentro de un establecimiento de aquel; siendo obligatoria, por otra parte, la extensión de un resguardo con los datos ya referidos. Dados estos supuestos, la incorporación de cláusulas al contrato y su obligada presencia en el justificante estará supeditada a la garantía, por parte del empresario, de que el consumidor puede conocer de cualquier forma la existencia y contenido de esas cláusulas. 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.

Aparte de tal garantía, 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 es que el tamaño de la letra en los resguardos, en relación a las cláusulas que afecten a los derechos de los usuarios, sea igual o superior a los 1,5 mm.

También hay requisitos de contenido que deben respetar cualquier cláusula no negociada individualmente con el consumidor, si es predispuesta e impuesta por el prestador del servicio. 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. Por esta razón 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 se hayan redactado de forma individual.

### 3.4 Responsabilidades

Los empresarios y prestadores del servicio serán responsables de los daños y perjuicios que produzcan con ocasión de la prestación de sus servicios. También responderán en todo momento de que todos los productos, bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores sean seguros.

No obstante lo anterior, el prestador del servicio podrá eximirse de responsabilidad por los daños o deterioros que sufran las prendas en relación al color, al estado en que se presenta la prenda o por el tratamiento solicitado; pero siempre y cuando haya hecho las observaciones correspondientes en el resguardo de depósito y, si procede, haya declinado su responsabilidad. En este caso, además de la firma o sello de la empresa, ha de figurar la firma del usuario.

En los casos de deterioro, daños o pérdida la empresa deberá abonar la cuantía especificada en el resguardo que se haya acordado previamente. De no haberse conseguido tal acuerdo, la responsabilidad deberá exigirse por los medios legalmente previstos.

Se considerará extraviada la prenda que no sea devuelta al cliente, a pesar de ser requerida por este, en los siguientes 30 días contados a partir de la fecha prevista de entrega.

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.

Con independencia de los daños referidos, es posible que el servicio ofrezca un resultado que no sea conforme con lo pactado, sin que tal resultado haya sido previsto en el resguardo en la forma que se ha indicado para las observaciones sobre el color, el estado o el tratamiento solicitado. Ante esta eventualidad el usuario podrá exigir que el servicio se realice de nuevo, sin que se pueda cobrar mayor cantidad que la indicada en el resguardo. Este derecho es independiente de la posibilidad de reclamar por las deficiencias del servicio, lo que puede incluir la devolución del precio del servicio prestado de forma defectuosa.

### **3.5 Servicio de atención al cliente y reclamaciones**

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 quejas y reclamaciones al consumidor, cualquiera que sea su lugar de residencia, de forma que se consiga una atención inmediata y se facilite el envío de documentos. La atención puede ser presencial o a distancia, pero siempre ha de garantizarse una atención personal y directa, con los medios que sean necesarios para atender a personas con discapacidad o edad avanzada, y siempre facilitando constancia de la queja o reclamación mediante la entrega de una clave identificativa y de un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero.

Por esta razón es necesario poner a disposición del consumidor un número de teléfono, una dirección postal completa y un número de fax o 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 al consumidor en relación con un contrato realizado, el uso de la línea no puede suponer un coste superior a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho del proveedor de servicios de telecomunicaciones al cobro por este tipo de servicio.

El empresario ha de contestar a la reclamación en el plazo más breve posible y, en todo caso, antes de un mes desde que se efectuó. Si en ese plazo no se resuelve la reclamación satisfactoriamente el empresario adherido a un sistema extrajudicial de conflictos facilitará al consumidor su acceso.

Una forma específica de facilitar la reclamación consiste en que el establecimiento entregue las hojas oficiales de reclamación, cuya tenencia y anuncio visible al público mediante cartel oficial le resultan obligatorios.

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

### 3.6 Publicidad

La publicidad realizada por las empresas del sector con el fin de promover, de forma directa o indirecta, la contratación de sus servicios, se deberá ajustar a su naturaleza, características, utilidad o finalidad.

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

Para enviar publicidad por un medio de comunicación a distancia se debe contar con la autorización expresa del consumidor y usuario y en la información deberá constar inequívocamente su carácter comercial.

Los empresarios que estén adheridos a códigos de conducta indicarán en las ofertas comerciales que presenten sus servicios de forma detallada el sistema extrajudicial de resolución de conflictos que ofrecen a sus consumidores, el modo de obtener información sobre sus características y la forma de acceder a dicho sistema extrajudicial.

### 3.7 Protección de datos

Los establecimientos de tintorerías y lavanderías, como establecimientos abiertos al público que, en el desarrollo de su actividad, solicitan y tratan datos de carácter personal procedentes de los clientes, deberán atenerse a los principios de protección de datos recogidos en la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. En concreto:

- Sólo podrán solicitar de los usuarios aquellos datos que sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y desarrollo de su actividad, datos que deberán ser exactos, actualizados y veraces.
- Dichos datos no podrán ser conservados una vez dejen de ser útiles para la función prevista, siendo cancelados cuando no sean necesarios.
- Se prohíbe la recogida de datos por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.

La empresa debe informar a las personas de las cuales se vaya a obtener cualquier tipo de dato personal, de forma expresa, precisa, inequívoca y previamente al tratamiento de sus datos de carácter personal, sobre la existencia de un fichero o el tratamiento de los datos; la finalidad y el destino de la información; de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos; sobre la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, facilitando la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.

En todo caso, el tratamiento de dichos datos, incluido el envío de publicidad ofertas o comunicaciones no contractuales, requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, no siendo preciso tal consentimiento cuando se refiera a las partes de un contrato de una relación negocial y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento.

## 3.8 Gestión Medioambiental

### 3.8.1 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.

Para las empresas que, con fecha de entrada en vigor de la Ley 22/2011, de 28 de julio, que regula los residuos y suelos contaminados, contaran con una autorización administrativa como productor de residuos peligrosos o estuvieran inscritos en el Registro de Pequeños Productores de Residuos Peligrosos de la Comunidad de Madrid, esta considera que tienen realizado el trámite de comunicación administrativa. En este caso las empresas que vinieran funcionando en esas condiciones en la fecha indicada tendrán asignado un número de identificación medioambiental.

El empresario del sector debe contribuir a que la gestión de residuos generados en su actividad no ponga en peligro la salud de las personas ni perjudique al medio ambiente. Por lo tanto, el productor de residuos debe evitar su abandono, vertido o eliminación incontrolada. A tal fin el empresario procederá a su recogida selectiva, separándolos, conservándolos en las debidas condiciones de higiene y seguridad, y clasificándolos adecuadamente para facilitar su reciclado, reducción o eliminación; pudiendo asegurar un tratamiento adecuado si hace entrega de ellos, entre otras medidas, a un gestor autorizado, o depositándolos en los puntos destinados al efecto por el Ayuntamiento de Madrid.

A estos efectos, en la actividad de tintorerías se observará estrictamente la legislación vigente en materia de residuos y se adoptarán todas las buenas prácticas medioambientales para minimizar el consumo de materias primas, de energía y de residuos.

En concreto:

- Se depositará cada tipo de residuo en un contenedor específico, de forma que se facilite su separación y gestión.
- En el caso de residuos peligrosos, entre otros requisitos, el prestador tendrá obligación de:
  - Segregar y almacenar de forma adecuada los residuos, sin que se realicen mezclas que dificulten su gestión.
  - Etiquetar y envasar conforme a la legislación vigente los recipientes que contengan residuos.
  - Llevar a cabo la gestión de los residuos peligrosos, incluidos los envases de sustancias peligrosas, a través de un gestor autorizado.

### **3.8.2 Gestión medioambiental 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, que se fija en 20 g/kg (valor expresado en masa de disolvente emitido por kilogramo de producto limpiado y secado). En caso contrario están sujetas al cumplimiento obligatorio de las especificaciones recogidas en la correspondiente normativa de aplicación.

En este sentido, procurarán utilizar productos con bajo contenido en disolvente o que estén exentos de ellos.

## 4. Compromisos de actuación

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

### 4.1. En materia de consumo

- Aceptarán el **Sistema Arbitral de Consumo** como medio de resolución extrajudicial de los conflictos surgidos entre los consumidores o usuarios y las empresas o profesionales en relación 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:

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

Las empresas adheridas al Sistema Arbitral de Consumo deberán exhibir un distintivo de adhesión al arbitraje para informar al consumidor de que ofrecen esa garantía.

- Facilitarán las hojas de reclamaciones siempre que sean solicitadas por los consumidores, ayudándoles a su cumplimentación, si fuera necesario.
- Mediante carteles u otros medios informativos efectuarán recomendaciones a los usuarios sobre la conveniencia de guardar la publicidad, ya que puede tener carácter contractual.

- Con carácter general se implementará la correcta información al consumidor, publicitando a través de los medios que se consideren más adecuados (tablón de anuncios, folletos divulgativos, etc.) las actualizaciones normativas, noticias y publicaciones que se consideren novedosas y de interés en el sector de tintorerías y lavanderías.
- La adhesión al código de buenas prácticas y la concesión del correspondiente símbolo de calidad requerirán la cumplimentación del protocolo de autocontrol y su remisión al Ayuntamiento de Madrid, junto a la documentación solicitada al respecto. Anualmente, al objeto de comprobar la regularidad de la adhesión, deberán remitir el protocolo y la documentación citada y correspondiente a la actividad desarrollada. En todo momento se atenderán al seguimiento de la aplicación del código descrito en el epígrafe siguiente.
- El empresario anunciará en el local la adhesión voluntaria a este código de buenas prácticas, mediante el correspondiente distintivo acreditativo, y contribuirá a su difusión, debiendo tener ejemplares del mismo a disposición del público cualquier otro material divulgativo facilitado por administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas.

## 4.2. Prestación del servicio

- En la prestación del servicio al cliente se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total, evolucionando de modo permanente de acuerdo a las exigencias del mercado, contribuyendo ello mediante la revisión de los procedimientos.
- 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.
- Los empleados que acudan al domicilio de los clientes, se identificarán como tales mediante el uso de un carné de empresa, o cualquier otro documento identificativo.
- 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 suscriba a 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.
- Por motivos de seguridad, en los pagos hechos con tarjeta electrónica se solicitará al cliente la exhibición del documento de identidad personal o similar para comprobar los datos facilitados. No obstante, en los pagos efectuados en una tarjeta para cuyo pago sea necesaria la introducción de un “PIN” no será obligatorio para el cliente mostrarlo.

### 4.3. Instalaciones y personal

- Los establecimientos en los que se atienda al público se mantendrán suficientemente iluminados, limpios y ordenados; y, en la medida de lo posible, se facilitará el acceso de personas de movilidad reducida (rampa de acceso, etc.).
- 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.

#### 4.4. Protección 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.
- Colaborarán en la protección del medio ambiente mediante la utilización de embalajes y bolsas fabricadas con materiales no contaminantes y reciclables, tendiendo a la utilización del papel reciclado para la elaboración de catálogos y folletos publicitarios.

#### 4.5. Tratamiento de posibles 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 en el momento de recogida de la prenda existiese disconformidad del cliente con el resultado del servicio prestado salvo que dicha posibilidad hubiese sido advertida previamente y por escrito, con el consentimiento de este se procederá a repetir el proceso completo, hasta dos veces, sin cargo adicional alguno (siempre y cuando se pueda garantizar la integridad de la prenda sometida a tales tratamientos). 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 procederá a actuar según se especifica a continuación:

- El personal de la tintorería informará al cliente, de manera objetiva, clara e inmediata, acerca de cualquier suceso ocurrido durante el extravío o, en su caso, del tratamiento de la prenda que haya podido ocasionar daños, visibles o no, sobre aquella; así como de las consecuencias que le acarrearía, en caso de reclamación, la retirada de la prenda del establecimiento.
- En los casos en que no se hubiera pactado previamente y por escrito en el resguardo una valoración previa de la prenda el establecimiento propondrá al cliente una indemnización con arreglo al importe de la prenda reflejado en la factura de compra correspondiente (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 el supuesto de que el cliente no disponga de la factura o resguardo de compra de la prenda, o no existe valoración previa de aquella, el gerente o encargado del establecimiento tratará de pactar una solución satisfactoria para ambas partes por sus propios medios, en un plazo no superior a cinco días hábiles.
- 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 las empresas de tintorerías y lavanderías 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 cumplimiento de los requisitos legales, así como de los compromisos de calidad que se recogen en él , según 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 prohibición absoluta de su utilización en el caso de detectar desviaciones con respecto al mismo.

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, procederá a la publicación en su página web [www.madrid.es](http://www.madrid.es) del listado de empresas adheridas a los códigos de buenas prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo, 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

### Actividad comercial minorista

Es aquella que tiene como destinatario al consumidor final, teniendo como objetivo el situar u ofrecer en el mercado, por cuenta propia o ajena, productos y servicios que constituyan un acto de comercio, independientemente de la modalidad o soporte empleado para ello.

### 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.

### Clasificación de servicios

- 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:
  - a) Simple: Consiste en la limpieza en seco y planchado mecánico.
  - b) Completa: Incluye la limpieza en seco, el manchado 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 planchado. 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.

## Derechos ARCO

Son los derechos reconocidos por la legislación vigente en materia de protección de datos. ARCO es el acrónimo de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición de los datos personales.

Se trata de derechos personalísimos, lo que significa que sólo su legítimo titular puede hacer uso de los mismos ante cada uno de los responsables/titulares de los ficheros.

- **Derecho de Acceso.** Es el derecho a consultar los datos personales que sobre uno mismo ha recogido el titular del fichero.
- **Derecho de Rectificación.** Es el derecho a subsanar los datos personales propios si los datos que constan son equivocados en un fichero.
- **Derecho de Cancelación.** Es el derecho a que los datos personales desaparezcan de un fichero.
- **Derecho de Oposición.** Es el derecho reconocido al titular de los datos personales de dirigirse al responsable del fichero que contiene sus datos y exigirle la cesación en el uso de los mismos. Ej.: cuando se está realizando un uso indebido, sin consentimiento; cuando los datos personales están siendo empleados con fines publicitarios o comerciales.

## Factura

Documento fiscal que deberá ser expedido en el momento de realizarse la operación y que es sustituible por una factura simplificada cuando la venta menor no exceda de los 3.000,00 euros, IVA incluido.

La factura o el documento sustitutivo podrá 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.

## Productor de residuos

Cualquier persona física o jurídica cuya actividad, excluida la derivada del consumo doméstico, produzca residuos o 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

Es el que presenta una o varias de las características peligrosas del Anexo III de la Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados; así como aquel que pueda aprobar el Gobierno, de conformidad con lo establecido en la normativa europea o en los convenios internacionales de los que España sea parte, incluyendo también los recipientes y envases que los han contenido.

## Seguro de responsabilidad civil

Es aquel seguro en el que 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 sean civilmente responsable el asegurado, conforme a derecho.

## Servicio urgente

A efectos del Real Decreto 1453/1987, de 27 de noviembre, 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 siempre que se exija el pago anticipado, total o parcial, previa conformidad expresa.

## 8. Anexo II. Preguntas frecuentes

### 1. **En establecimientos de lavandería y tintorería, ¿cuál es la información mínima que debe estar expuesta al público?**

La siguiente información debe estar expuesta al público:

- a) Los precios de los servicios, incluidos los complementarios y, si se cobran, recargos como el correspondiente al concepto de guardarropa o conservación (si transcurren más de 3 meses desde la fecha prevista de entrega sin que haya sido retirada la prenda) o por el uso de determinadas tarjetas como medios de pago.
- b) El horario de atención al público.
- c) Referencia a la existencia de hojas de reclamaciones en cartel oficial.

Dicha información debe estar en castellano y ser perfectamente visible por el consumidor y usuario.

### 2. **¿Dónde debe solicitar las Hojas de Reclamaciones el empresario?**

Si el empresario tiene su domicilio social en el término municipal de Madrid puede:

- Solicitarlas en las Oficinas Municipales de Información al Consumidor existentes, tanto en servicios centrales (Príncipe de Vergara, 140) como en cualquiera de las que hay en las 21 Juntas Municipales de Distrito.
- Descargar el modelo oficial a través de la Web del Ayuntamiento de Madrid.



### 3. **Cómo y dónde debe cumplimentarse la Hoja de Reclamaciones.**

La hoja de reclamaciones debe cumplimentarse dentro del establecimiento o local reclamado.

Para ello el titular o dependiente del establecimiento debe cumplimentar correctamente los datos relativos a la identificación del establecimiento y del prestador de servicios.

Después el consumidor cumplimentará la hoja de reclamación indicando sus datos personales (nombre, apellidos, D.N.I., domicilio) haciendo una exposición clara de los hechos que han motivado la queja y especificando la fecha de los mismos.

Si el titular o dependiente lo considera puede realizar unas alegaciones a la reclamación en el apartado oportuno. Por último procederá a firmar y sellar el juego de hojas de reclamaciones, haciendo entrega del mismo al consumidor.

Cumplimentada la reclamación, el establecimiento debe quedarse una copia y entregar dos al consumidor. Éste presentará ante la Administración el ejemplar correspondiente a la misma, y conservará el suyo.

Junto con la hoja de reclamaciones el consumidor podrá presentar copia de todos los documentos oportunos que sirvan para valorar los hechos y justificar las alegaciones.

### 4. **Cómo evitar posibles reclamaciones.**

Es obligación de cualquier empresario y/o dependientes realizar el servicio contratado con unos estándares mínimos de calidad, seguridad y cuidado. No obstante, cuando se recoja una prenda deberá:

- Revisar el estado de la prenda y clasificarla como nueva, seminueva o usada, según corresponda.
- Anotar en el resguardo cualquier circunstancia, falta o desperfecto que pudiera tener la prenda (botones, adornos, diferentes tipos de tejido, etc.).

- Indicar posibles deterioros, así como el aviso de este hecho al consumidor o la exigencia por su parte, de un tratamiento desaconsejado por el responsable o dependiente del establecimiento.
- Indicar el precio del servicio (que debe ser el anunciado, impuestos incluidos), desglosar los diferentes conceptos e indicar si está pagado o no.
- Verificar la ausencia en los bolsillos de objetos extraños, papeles, bolígrafos, etc.

### **5. ¿Es obligatorio que se indique en la ropa el proceso de lavado y secado?**

No es obligatorio, pero facilita la información para su tratamiento y conservación; y, en el caso de que el fabricante la incorpore, las especificaciones deben ser correctas y no inducir a confusión.

### **6. Si la prenda no incluye etiqueta, ¿cómo puede saberse el tratamiento a aplicar?**

En este supuesto, será la pericia y experiencia del personal la que determine la forma o procedimiento de limpieza y tratamiento.

Si el establecimiento acepta el encargo será conveniente que se indique en el resguardo la ausencia de etiqueta y cualquier otra circunstancia, para que el cliente esté perfectamente informado y el prestador del servicio no incurra en responsabilidad por un tratamiento lesivo para la prenda.

Asimismo, el personal del establecimiento puede consignar en el resguardo todas las observaciones que considere oportunas o necesarias para el tratamiento y cuidado de la prenda.

### **7. Si se consigna una circunstancia de la prenda en el resguardo (manchas, daños, etc.) y el consumidor no está conforme, ¿qué se puede hacer?**

El personal de la tienda puede hacer y registrar todas las observaciones y circunstancias que considere oportunas, y el cliente puede aceptarlas o declinar el servicio que ofrece el establecimiento.

La consignación de observaciones y reservas es potestad del establecimiento, sirve para informar al cliente de determinadas circunstancias y, así, declinar su responsabilidad en caso de insatisfacción con el servicio prestado.

### **8. Si al recoger una prenda el cliente no está satisfecho con el servicio prestado, ¿debe este repetirse?**

Sí; y hasta dos veces en el caso de que se haya adquirido este compromiso de calidad, lo que ocurrirá con aquel empresario que se haya adherido al presente código.

En cualquier caso, es preciso tener en cuenta que no debe cobrarse ninguna cantidad adicional al precio previamente abonado cuando surge una falta de conformidad no advertida en el resguardo de depósito.

No obstante, la repetición del servicio no debe impedir que el cliente presente todas las reclamaciones que considere oportunas, lo que puede implicar que el consumidor solicite la devolución del precio abonado por un servicio defectuosamente prestado.

### **9. Si el cliente ha perdido o no aporta el resguardo al recoger la prenda, ¿qué debe hacerse?**

En caso de no aportarlo, el cliente deberá demostrar que está legitimado para la retirada de la prenda. Así, podrá exigirse que describa la prenda y, en cualquier caso, acredite su identidad y firme la copia del resguardo que obre en poder del establecimiento.

La tintorería debe guardar copia del resguardo durante un plazo de 6 meses desde la fecha de entrega de la prenda.

**10. En el supuesto de que pasados cuatro meses desde la fecha de entrega indicada en el resguardo el cliente no se hubiera personado para recogerla, ¿cuánto tiempo más debe conservarse?**

A partir de los tres meses, desde la fecha de entrega, sin que la prenda se haya retirado el establecimiento puede cobrar el precio establecido para este servicio. Con tal finalidad, se debe informar a los clientes del coste del servicio de guardarropa o conservación de la prenda.

El artículo 12.4 de la Ley 7/1996 de ordenación de Comercio Minorista indica que el “derecho de recuperación de los bienes entregados por el consumidor o usuario al comerciante para su reparación prescribirá a los tres años a partir del momento de la entrega”. Por tanto, el establecimiento no estará obligado a entregar la prenda después de 2 años y 8 meses, pero en caso de que el consumidor quiera hacerlo el establecimiento podrá cobrar la cantidad correspondiente por el servicio de guardarropa.

**11. Si al retirar la prenda el consumidor no verifica su estado y vuelve posteriormente al establecimiento para comunicar la rotura de la prenda, ¿qué debe hacerse?**

Inicialmente el establecimiento debe consignar en el resguardo ese desperfecto. En caso de no hacerlo es difícil que se exima de cualquier responsabilidad en caso de entregar, después de realizado un servicio, una prenda rota.

Pero si el cliente sacó la prenda del establecimiento sin revisarla o manifestar objeciones, se le traslada la carga de la prueba respecto a que la rotura se produjera durante el tratamiento en el establecimiento.

**12. En caso de deterioro de la prenda, ¿cómo se debe calcular la indemnización que debe pagarse al usuario?**

En primer lugar, se recomienda no retirar la prenda del local.

Si no se ha consignado en el resguardo el valor de la prenda, se puede intentar llegar a un acuerdo y tener en cuenta varios factores (antigüedad, tipo de prenda, calidad, coste de compra, estado de conservación, etc.) tratando de alcanzar un acuerdo amistoso entre las partes.

### **13. En caso de pérdida de la prenda por parte del establecimiento, ¿cómo se ha de proceder?**

Los prestadores de servicio son responsables de los daños y perjuicios que se ocasionen en la prestación de los mismos.

Si en el resguardo se consignó el valor de la prenda, se abonará el importe que figure en él.

Si no se consignó valor alguno, se intentará llegar a un acuerdo amistoso, y si no se lograra el consumidor puede cumplimentar una hoja de reclamaciones explicando lo sucedido, con independencia de otras vías legalmente previstas.

### **14. Si la tintorería tiene subcontratado algún servicio de lavandería subcontratado (por ejemplo de alfombras), y un cliente reclamara la entrega de la prenda y no estuviera en posesión de la tintorería, ¿cuánto tiempo debe pasar para considerarla perdida?**

La prenda debe entregarse en el momento que lo solicite el cliente a partir de la fecha de entrega establecida en el resguardo. Pero si no se entregara en un plazo de 30 días desde la fecha especificada, se considerará que se ha extraviado y el cliente podrá exigir la indemnización correspondiente, de conformidad con lo que se haya podido pactar y figure en el resguardo, o según otros medios legalmente previstos.

## 9. Anexo III.

# Marco jurídico aplicable

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

### 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.
- Real Decreto 833/1988, de 20 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 20/1986, de 14 de mayo, básica de residuos tóxicos y peligrosos.
- 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 Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.
- Real Decreto 117/2003, de 31 de enero, sobre limitación de emisiones de compuestos orgánicos volátiles debidas al uso de disolventes en determinadas actividades.
- Real Decreto 1801/2003, de 23 de diciembre, sobre seguridad general de los productos.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de arbitraje.
- 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, modificado por Ley 3/2014, 27 de marzo.

- 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 usuario.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se regulan las obligaciones de facturación, que sustituye al Reglamento de facturación aprobado por el Real Decreto 1496/2003.

## Ámbito autonómico

- Ley 11/1998, de 9 de julio, de protección de los consumidores de la Comunidad de Madrid.
- 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.
- 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 25/2003, de 27 de febrero, para la aplicación en la Comunidad de Madrid del Reglamento (CE) 761/2001, de 19 de marzo de 2001.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de residuos de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, 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.

## Ámbito local

- Ordenanza General de Protección de Medio Ambiente Urbano (B.O.A.M. 05-12-1985).
- Ordenanza de Movilidad para la Ciudad de Madrid (B.O.C.M. 16-10-2005).
- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid (B.O.C.M. 15-04-2011).

# 10. Anexo IV.

## Información al usuario:

SI No

### APARTADO 3.1 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

Se proporciona información como mínimo sobre:

1. La identidad del empresario: nombre, o razón social, nombre comercial, dirección completa, el número de teléfono, número de fax o dirección de correo electrónico y número de identificación fiscal.....
2. Descripción esencial del servicio y de sus condiciones económicas y jurídicas, especialmente las relativas a responsabilidad, y sus posibles limitaciones, por un servicio no conforme o con deterioro o extravío de prendas.....
3. Fecha de ejecución del servicio y recogida de las prendas.....
4. Posibilidad de adelantar el pago, sus condiciones y consecuencias en orden a la urgencia del servicio; así como sistemas de pago que se admitan, con sus posibles limitaciones y recargos.....
5. Sistema de tratamiento de reclamaciones, de resolución extrajudicial de conflictos y códigos de conducta a los que esté adherido.....

Además se informa al usuario en el establecimiento, mediante carteles perfectamente visibles y legibles de:

6. Precios de los servicios ofertados, incluidos los complementarios; con indicación, si procede, de la unidad referida a kg. de peso o a m2 de extensión (alfombras, moquetas).....
7. El importe de los recargos por conservación de prendas no retiradas en un plazo de tres meses desde su recepción o uso de tarjetas como medios de pago, en caso de que decida cobrarlos.....
8. En toda indicación de precios se da el precio total, incluido el IVA.....
9. Horario visible también desde el exterior.....



# Protocolo de autocontrol

Cuando la contratación supone la utilización previa de una técnica de comunicación a distancia: SI No

10. Si se realiza el servicio en el domicilio, el prestador dispone de una hoja informativa, que muestra al usuario, e indica como mínimo los datos de 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.....
11. Si se realiza el servicio en el establecimiento del prestador y hay un previo contacto electrónico, ¿se facilitan como mínimo los datos anteriores y los relativos a la existencia y pérdida del derecho de desistimiento?.....

## Documentación:

APARTADO 3.2 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

Cuando el prestador recibe una prenda entrega al usuario un resguardo de depósito donde figuran, como mínimo y en castellano, estos datos:

12. Identificación del empresario, nombre y domicilio del usuario, así como identificación del servicio mediante número de orden o referencia.....
13. Identificación de las prendas, o del color de la ropa de un paquete (si la limpieza no es en seco).....
14. Servicio solicitado para cada prenda o paquete.....
15. Precio del servicio para cada prenda o paquete y del total, con impuestos incluidos.....
16. Cantidad en que las partes hayan valorado las prendas a efectos de indemnización, si se produce deterioro o extravío.....
17. Si hay pago por anticipado, constancia del mismo.....
18. Fechas de recepción de la prenda, de terminación del servicio e indicación, si procede, de la devolución de la prenda a domicilio.....
19. Observaciones sobre el color de las prendas, su estado, tratamiento solicitado y posibilidad de deterioro o disconformidad, con las exclusiones de responsabilidad que procedan.....
20. Sello o firma del prestador y, si hay alguna limitación o exención de responsabilidad del prestador del servicio, firma del usuario.....

# 10. Anexo IV.

## Condiciones de prestación del servicio:

SI No

### APARTADO 3.3 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

21. ¿En el resguardo se desglosan todos los servicios y si no consta el precio de uno de ellos o el tipo del mismo solo se cobra el servicio realizado al precio más sencillo de los anunciados?.....
22. ¿El prestador del servicio admite el pago con las tarjetas que anuncia, y si hay alguna limitación en su uso, referida a un importe mínimo, también lo anuncia de forma visible?.....
23. Si el pago es por adelantado, ¿el servicio adquiere el carácter de urgencia y se ejecuta en un máximo de tres días desde su recepción, o seis si el servicio solicitado es de teñido?.....
24. ¿Exige la presentación del resguardo en el momento de retirar las prendas y lo devuelve de nuevo al cliente, haciendo constar que el servicio ha sido cobrado?.....
25. En caso de pérdida del resguardo, ¿se solicita al usuario que se identifique y firme la copia que está en poder del prestador?.....
26. ¿Conserva la copia del resguardo en su poder durante al menos seis meses?.....
27. ¿El clausulado general de carteles es perfectamente legible por el consumidor, y el que figura en los resguardos tiene letras cuyo tamaño supere los 1,5 mm?.....
28. En caso de cobrarse una cantidad en concepto de guardarropa si la prenda está en el establecimiento más de 3 meses, ¿se informa del coste en un lugar visible para el público, o en la hoja informativa, si el servicio a domicilio?.....

# Protocolo de autocontrol

## Responsabilidades:

SI No

### APARTADO 3.4 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

29. ¿Facilita la valoración previa de la prenda al objeto de prever la indemnización correspondiente en caso de extravío o deterioro y la expresa en el resguardo de depósito?.....
30. Si el cliente no está de acuerdo con el servicio solicitado, sin que el prestador haya realizado alguna observación al respecto, con declinación de responsabilidad, en su caso, ¿procede a realizar de nuevo el servicio sin cobro adicional?.....
31. Requerida la entrega de la prenda, ¿la devuelve en un plazo máximo de 30 días a contar desde su entrega, y en caso contrario la considera extraviada?.....
32. Si el cliente no queda satisfecho con el resultado se repite el servicio, sin cargo alguno.....
33. Ante una falta de conformidad del servicio en relación a lo solicitado y ante una pérdida o deterioro, ¿devuelve lo cobrado con independencia de la indemnización que proceda?.....

## Servicio de atención al cliente y reclamaciones:

### APARTADO 3.5 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

34. Antes de contratar el servicio, ¿facilita al consumidor un número de teléfono, una dirección postal completa, número de fax o dirección de correo electrónico para que se puedan presentar reclamaciones, quejas o solicitudes de información?.....
35. Facilita clave identificativa y justificante escrito o en soporte duradero cuando el consumidor quiere presentar una queja o reclamación.....
36. Hay en el establecimiento hojas de reclamaciones y cartel oficial anunciándolas.....
37. Se informa del sistema de atención de las reclamaciones y de la posibilidad de acudir al Arbitraje de Consumo.....

# 10. Anexo IV.

## Publicidad y protección de datos:

APARTADOS 3.6 Y 3.7 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

SI No

38. La publicidad se ajusta a los principios de veracidad y suficiencia.....
39. Sólo se envía publicidad electrónica previa autorización expresa del consumidor.....
40. Previamente al tratamiento de datos de carácter personal se informa sobre la existencia del fichero o del tratamiento, de su finalidad, del ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como de la identidad del responsable del tratamiento.....

## Gestión medioambiental:

APARTADO 3.8 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

41. En caso de recibir o producir residuos peligrosos (envases vacíos e percloroetileno y otros disolventes, filtros agotados, etc.), ¿los segrega y almacena adecuadamente sin que se realicen mezclas que dificulten su gestión?.....
42. Los residuos peligrosos, ¿son entregados a gestores autorizados?.....
43. ¿Deposita cada tipo de residuo en un contenedor específico como parte de una política de segregación de los residuos peligrosos implantada en su establecimiento?.....

## Compromisos de actuación:

APARTADO 4 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

44. ¿Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo?.....
45. ¿Se fomenta la formación continua y especializada de los empleados?.....
46. ¿Dispone en el local de un espacio de almacenamiento adecuado a la cantidad y características de las prendas depositadas?.....
47. El personal que acude al domicilio, ¿se identifica mediante carné de la empresa?.....

# Protocolo de autocontrol

	SI	No
48. En caso de ejercerse los derechos ARCO, ¿se atiende a las solicitudes sin demora indebidas?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. En un Servicio Express, ¿se anota en el resguardo la fecha y hora de recogida o entrega de la prenda?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. En un Servicio Express, si incumple los plazos, ¿reintegra el importe cobrado anticipadamente por prestación de servicio?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51. ¿Tiene contratado un seguro de responsabilidad civil, y en todo caso, se cubre la responsabilidad por pérdida y extravío de las prendas?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. Si la prenda se extravía, ¿se indemniza al cliente con la cuantía pactada o lo establecido legalmente, en caso de no existir pacto?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. Si durante el tratamiento hay algún problema con la prenda (daños, o extravío), ¿se informa inmediatamente al propietario de la misma?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. ¿Verifica que, en caso de surgir discrepancias con un cliente, el personal del servicio le informa de las posibles vías de solución?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55. Si ante algún problema con la prenda, se opta por entregar una indemnización, ¿se llega a un acuerdo satisfactorio dentro de los cinco días siguientes a la reclamación?.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56. Devuelve lo cobrado si hay deterioro, extravío o falta de conformidad no resueltas (en caso de no haberse previsto ninguna causa justificada de exoneración de responsabilidad en el resguardo de depósito).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Area for handwritten observations with horizontal dotted lines.

Información y publicaciones  
sobre temas de consumo en la web municipal:

<a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a>	<a href="http://www.madrid.es/consumo">www.madrid.es/consumo</a>
--	--

Consultas o reclamaciones de consumo en los teléfonos:

<b>010</b> Línea <b>madrid</b>	91 529 82 10 si llama desde fuera de la ciudad de Madrid
--------------------------------	---

DEPÓSITO LEGAL: M-39709-2015



## CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE TINTORERÍAS Y LAVANDERÍAS

Una de las principales líneas estratégicas del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias, 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.

