

—
BLACK

friday

Tus compras
con garantía
*y sin complicacio-
nes*

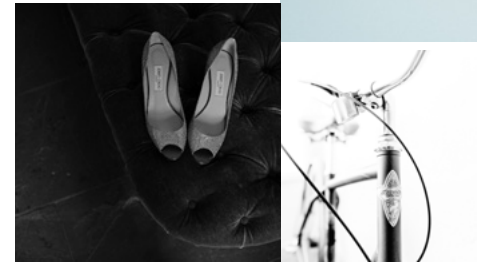
Introducción 04

Obligaciones de los comercios 05

Información	05
Publicidad.....	06
Constancia de la reducción de precios	06
Determinación de los artículos ofertados	06
Etiquetado	06
Garantía y servicio postventa.....	07
Cambios y devoluciones	07
Tarjetas de crédito y débito.....	09
Justificante de pago.....	09
Hojas de reclamaciones	09

Recomendaciones para una buena compra 10

Evite la compra por impulso.....	10
Elabore su presupuesto	10
Juguetes con el marcado CE	11
Si compra a través de internet.....	11
Guarde la publicidad de las promociones.....	12
El tique acredita la compra.....	12
No se queje, reclame	13
Si necesita información, acuda a la OMIC.....	13
Arbitraje de consumo en la resolución de conflictos	14
Código de Buenas Prácticas: símbolo de calidad.....	14



Introducción



El **“Black Friday”** (o **“Viernes Negro”**) es una tradición norteamericana que se ha ido implantando progresivamente en España y en la que los comercios ofrecen grandes descuentos sobre los productos comercializados, especialmente en tecnología y electrónica, aunque también engloba a otros sectores con amplia demanda como moda, belleza o deporte.

Esta jornada se celebra un día después de “Acción de gracias”, festividad muy popular en Estados Unidos, que tiene lugar el cuarto jueves del mes de noviembre cada año. Por lo tanto, este año se celebrará el viernes 27 de noviembre, siendo habitual que los descuentos se extiendan a más días, durando incluso semanas.

El Black Friday está estrechamente relacionado con el “Cyber Monday” (o “Ciber Lunes”). Originalmente el Black Friday se aplicaba a las tiendas físicas y el Cyber Monday a la venta online. No obstante, esta división ya no existe, puesto que las ofertas suelen ser en la actualidad, en ambos casos, tanto en establecimientos online como offline.

En este tipo de promoción de ventas, la reducción del precio no puede implicar la disminución de los derechos de las personas consumidoras. En este sentido, los comercios que lleven a cabo estas prácticas deben cumplir con la normativa de consumo que las regula.

A este respecto, en la presente publicación, elaborada por el Instituto Municipal de Consumo, se resumen las obligaciones legales esenciales del sector en las ventas ofertadas con motivo del “Black Friday”, en cuanto a su relación comercial con las personas consumidoras.

Así, se informa sobre aspectos relativos al etiquetado, publicidad, exhibición de precios, documento justificativo de compra, medios de pago, garantías, hojas de reclamaciones, cambios y devoluciones, entre otros.

Además, en esta guía se facilita a las personas consumidoras información sobre sus derechos, junto a una serie de recomendaciones, para que puedan afrontar el “Black Friday”, a la hora de realizar sus compras, con garantías y sin complicaciones, de forma crítica y responsable, ya sea en establecimientos físicos o a través del comercio electrónico.

Obligaciones de los **comercios**

Información

En el “Black Friday” los comercios ofertan ciertos artículos con reducción de precio, debiendo anunciar la duración de estas promociones en sus establecimientos y páginas web y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

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

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



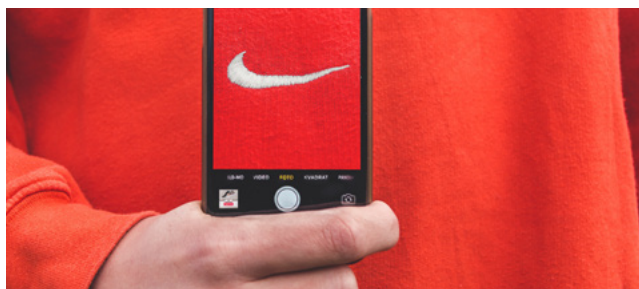
Esta venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberán figurar con claridad los siguientes datos:

- El producto o productos objeto de promoción.
- Las condiciones de venta.
- El período de vigencia de la promoción que, en la Comunidad de Madrid, no podrá ser inferior a dos días consecutivos, ni superior a treinta días, con exclusión de la oferta de productos perecederos.
- Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta, para lo cual la empresa promotoradora dispondrá de un número de productos razonablemente superior a lo que habitualmente vende cuando estos no están en promoción.



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

En el establecimiento en el que se desarrollan las ventas de promoción, deberá figurar la información del apartado anterior, con total claridad y ubicado en sitio perfectamente visible para el público.



Publicidad

Todo tipo de publicidad que realicen los comercios en el Black Friday debe ser veraz, clara y suficiente, de forma que no pueda inducir a error o engaño a la persona consumidora a la hora de adquirir un producto, ni incluir cláusulas abusivas que no respeten o limiten sus derechos de consumo.

Constancia de la reducción de precios

Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

Se entenderá por precio anterior, el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes.

Determinación de los artículos ofertados

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

Etiquetado

Los productos ofertados deben ir acompañados del etiquetado obligatorio, que debe figurar en lengua española, debiendo incluir, entre otros datos: la identificación de quien fabrique, importe, venda o sea responsable del producto, sus características esenciales y, en su caso, la composición e instrucciones de uso, montaje, funcionamiento o mantenimiento.

Garantía y servicio postventa

La garantía legal la tienen todos los productos de consumo, incluidos los adquiridos en el Black Friday, y establece que el/la vendedor/a tiene que responder por los problemas de origen que puedan tener.

Los bienes de consumo tienen una garantía legal de dos años a contar desde el momento en que se hace la entrega de este a quien realiza la compra.

Los comercios no pueden anular la garantía de un producto o reducir su plazo con la excusa de que está en promoción. Igualmente, las condiciones del servicio postventa no varían en los productos comprados en el Black Friday.

Durante el periodo de garantía, si el artículo presenta un defecto o no es conforme con lo comprado, la persona consumidora tiene derecho a la reparación gratuita o a su sustitución y, si esto no fuera posible, a la rebaja del precio o a la resolución del contrato, es decir, el reembolso del dinero pagado por el producto y el retorno de este.

El comercio puede ofrecer, además, una garantía comercial adicional a la legal, que debe formalizarse al menos en castellano, por escrito o en cualquier soporte duradero aceptado por la persona consumidora.



Cambios y devoluciones

Al igual que ocurre el resto del año, el comercio solo está obligado a admitir la devolución de los productos adquiridos en establecimiento físico en el Black Friday cuando tenga alguna tara o defecto o si ha anunciado esta posibilidad.

Cuando el comercio publicite que admite devoluciones tiene que aceptarlas aunque el artículo no sea defectuoso, no siendo necesario que la persona consumidora justifique su decisión y sin imponerle penalización.

Quien realiza la venta debe informar sobre las condiciones de devolución del producto, tanto en el establecimiento como en el documento que debe entregar a la persona consumidora. En dicha información quedará claramente reflejado que se trata del derecho de desistimiento que otorga el comercio y que no afecta al derecho de garantía legal que la normativa reconoce a la persona consumidora.

Cuando la venta se realiza a distancia (internet, por catálogo, fuera de establecimiento comercial), las personas consumidoras pueden acogerse al derecho de desistimiento, como mínimo, durante catorce días naturales desde la entrega del producto, sin indicar el motivo de la devolución; debiendo informar la empresa por escrito en el documento contractual del derecho a desistir, de los requisitos, excepciones y consecuencias de su ejercicio.

Practicar el derecho de desistimiento no implica incurrir en coste alguno. En cualquier caso, si el comercio informa previamente de que el/la comprador/a es quien debe hacerse cargo de los gastos necesarios para devolver el producto, este/a tendrá que asumirlos.



Tarjetas de crédito y débito

Los comercios que anuncien tarjetas de crédito y débito tienen la obligación de admitirlas. Si imponen alguna limitación a su uso, deben informar previamente, de forma visible, en el mismo lugar donde las anuncien.

Así mismo, cuando el comercio establece unas condiciones especiales para las compras en Black Friday sobre la aceptación de pago con tarjeta, debe indicarlo expresamente de forma clara y en lugar visible; en caso contrario, las formas de pago serán las habituales en el establecimiento.

Justificante de pago

Es obligatorio que se entregue siempre a la persona consumidora un justificante del pago de la compra (tique, factura, recibo), en el que se incluya, al menos: la identidad de quien realiza la venta, la cantidad abonada, el concepto y la fecha.

Hojas de reclamaciones

El establecimiento está obligado a anunciar las hojas de reclamaciones y a tenerlas a disposición de la persona consumidora que las solicite.



Recomendaciones para una **buena compra**

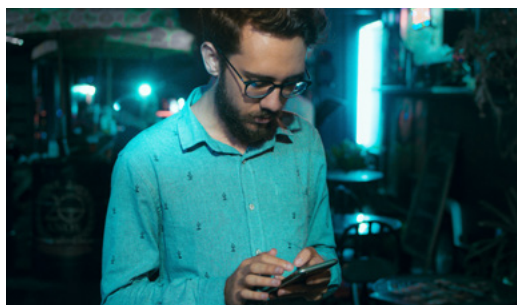
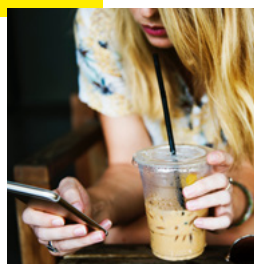


Evite la compra por impulso

Párese a reflexionar, infórmese y compare.

Antes de realizar una compra, lo más aconsejable es mirar en diferentes tiendas o páginas web, ya que se puede encontrar el mismo producto a precios muy diferentes.

Desconfíe de las gangas. Tenga precaución con los productos con descuentos excesivos, ya que es posible que puedan ocultar algún defecto o se encuentre ante un fraude.



Elabore su presupuesto

Haga una previsión de gastos y una lista previa; cíñase a ella cuando haga sus compras de Black Friday.

La elaboración de su presupuesto personal o familiar le permitirá gestionar mejor su dinero y establecer los posibles gastos en esta promoción de ventas.

El Ayuntamiento de Madrid, en colaboración con las Asociaciones de Consumidores, pone a disposición de las personas consumidoras madrileñas su servicio de "Asesoramiento en la gestión de la economía doméstica", que le ayuda en la confección de su presupuesto personal o familiar y da respuesta a consultas en materia económica.

Se trata de un servicio de carácter personalizado y gratuito, en el que se facilita información útil y concisa, basada en datos reales de sus ingresos y gastos, buscando el equilibrio entre estos y fomentando un consumo responsable de productos y servicios.

Para acceder a este servicio debe solicitar cita previa a través de los siguientes canales:

- Internet: www.madrid.es/citaprevia
- Teléfono: **010 Línea Madrid**. (91 529 82 10, si llama desde fuera de la ciudad de Madrid).
- Redes sociales:
 - Twitter: [@Lineamadrid](https://twitter.com/Lineamadrid)
 - Messenger de Facebook: [@Lineamadrid](https://www.facebook.com/Lineamadrid)
- Chat en línea: Pulsando el icono '[Chat on line Línea Madrid](#)' que encontrará flotando en la página

Más información en www.madrid.es/omic



Juguetes con el mercado CE

Los juguetes no pueden venderse en el territorio de la Unión Europea sin el mercado CE. Si no tienen este distintivo no los compre, pueden ser inseguros y no cumplir las obligaciones mínimas de calidad legalmente exigidas. Rechace, igualmente, los juguetes que no tengan el etiquetado, instrucciones de uso y advertencias de seguridad en castellano.



Si compra a través de internet...

Antes de comprar online, tenga mucha precaución al utilizar sus datos en espacios que estén abiertos al público, donde otras personas pueden acceder al mismo ordenador que Vd. Procure que no sean visibles a terceros y acuérdesese de no dejar almacenados datos en el ordenador.

Para saber si el sistema ofrecido por la empresa vendedora para la compra de sus productos es seguro, ha de fijarse en la dirección de la página en la cual se realiza el pago, que debe empezar por 'https:' (la 's' al final indica 'seguridad'), a la que acompañará normalmente un candado

Esto indica que el intercambio de datos se realiza cifrado, es decir, que la información enviada (número de la tarjeta, fecha de caducidad, código de seguridad...), es ininteligible para quien pueda interceptarla.

Verifique que en la web aparecen los datos de la tienda virtual: nombre, número de identificación fiscal, dirección, población, teléfono, correo electrónico y otros que permitan contactar con la empresa de manera rápida, directa y efectiva; y que le garanticen un buen servicio de atención al/a la cliente/a.

Esta información suele encontrarse en la parte inferior de la página como “Aviso Legal” o “Condiciones Generales”. No es aconsejable realizar transacciones online si la empresa que vende o utiliza sus servicios a través de internet no se identifica convenientemente.

Intente evitar entrar en sitios de compras mediante un enlace que llegue a través del correo electrónico, aunque este sea de un remitente conocido. Lo mejor es llegar al sitio web a través de algún buscador o directamente introduciendo la dirección de la empresa en la barra de herramientas.

Si compra en empresas radicadas dentro de la Unión Europea, en caso de surgir problemas, será más fácil su resolución.

Guarde una copia de las condiciones generales de la compra, de las características del producto y del acuse de recibo del pedido, así como de la publicidad y mensajes de correo que intercambie con la compañía, por si surge algún problema relativo a su compra.

Guarde la publicidad de las promociones

Conserve los folletos publicitarios y aquellos documentos donde se han anunciado los bienes y servicios adquiridos.

En el Black Friday las personas consumidoras pueden exigir lo anunciado en todos sus términos, ya que la publicidad es vinculante; es decir, la empresa debe cumplir el contenido de la misma, puesto que constituye parte del contrato, entregando exactamente lo ofertado.



El tique acredita la compra

Guarde la factura o el tique, ya que, en caso de que necesite hacer efectiva la garantía o interponer una reclamación, son un medio de prueba que acredita la compra efectuada.

No se queje, reclame

Cuando considere que una empresa, establecimiento comercial o persona prestadora de servicios no respeta sus derechos como persona consumidora, intente llegar a un acuerdo amistoso y, en caso de no lograrlo, es conveniente formular una reclamación en el propio lugar en el que surja el conflicto, utilizando para ello las hojas de reclamaciones que obligatoriamente deben poner a su disposición los establecimientos comerciales.

El Ayuntamiento de Madrid pone también a disposición de las personas consumidoras un impreso normalizado para reclamar en materia de consumo, que puede obtener en la página web municipal www.madrid.es/consumo

No obstante, para formular una reclamación en materia de consumo basta con presentar un escrito dirigido a la OMIC por vía postal en cualquier oficina de registro o telemáticamente, a través de la web municipal, o enviándolo al correo electrónico: omiccentral@madrid.org



Si necesita información, acuda a la OMIC

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) es un servicio gratuito de orientación a las personas consumidoras que, además, media en los conflictos que puedan surgir entre estas y el empresariado, para intentar una solución amistosa.

En el Ayuntamiento de Madrid las personas consumidoras tienen a su disposición 22 sedes -la OMIC Central y una oficina en cada uno de los distritos municipales- para solicitar información y presentar sus consultas y reclamaciones de consumo.

Como consecuencia de las medidas COVID, la atención preferentemente se realizará telefónicamente. Puede solicitar la cita previa en el 010-Línea Madrid (91 529 82 10 si llama desde fuera de la ciudad de Madrid) y a través de la web www.madrid.es/consumo

También puede formular su consulta en el correo electrónico omiccentral@madrid.es

Además, en esta página web, el Instituto Municipal de Consumo ofrece a los madrileños/as información sobre gestiones y trámites de consumo (consultas, reclamaciones, adhesión de las empresas al Sistema Arbitral de Consumo y a los Códigos de Buenas Prácticas...), así como normativa y diversas publicaciones sobre temas de consumo.

Arbitraje de consumo en la resolución de conflictos

Ante la existencia de una controversia de consumo entre personas consumidoras y empresariado, el Sistema Arbitral de Consumo es el arbitraje institucional de resolución extrajudicial de conflictos, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes.



La adhesión al Sistema Arbitral es voluntaria y gratuita para las empresas. Las adheridas al mismo podrán exhibir el logo que simboliza el arbitraje en sus establecimientos comerciales y en su publicidad.

Si compra en comercios adheridos al Sistema Arbitral de Consumo podrá resolver sus reclamaciones de consumo de forma rápida, sencilla y gratuita. Las resoluciones adoptadas en el marco del mismo son de obligado cumplimiento y tienen los mismos efectos que una sentencia judicial firme.

Código de Buenas Prácticas: símbolo de calidad

El Código de Buenas Prácticas es un documento dirigido a los sectores empresarial y comercial, en el que se recogen los requisitos legales aplicables a diferentes sectores y una serie de compromisos de actuación que exceden del marco normativo, entre ellos la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, que tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de la ciudadanía en materia de consumo e incrementar el nivel de calidad y seguridad de la actividad desarrollada por los establecimientos.

Los Códigos de Buenas Prácticas, además de configurarse como instrumento de autocontrol para las empresas, contribuyen a su autorregulación.

En el Ayuntamiento de Madrid la adhesión a los Códigos de Buenas Prácticas, que es de carácter voluntaria y gratuita, implica que los establecimientos puedan exhibir el símbolo de calidad empresarial “Buenas Prácticas”, lo que para las personas consumidoras supone un emblema de excelencia y confianza.



