GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS

PEQUEÑO COMERCIO DE A CORUÑA

CORUÑA
PRÓXIMA

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS

PEQUEÑO COMERCIO DE A CORUÑA

CORUÑA
PRÓXIMA

Índice

- Derechos de las personas consumidoras 5
- Horarios de apertura y cierre 7
- Información al consumidor: el etiquetaje 8
  - Etiquetaje de los productos a granel 9
  - Etiquetaje de pescado y marisco 11
- Tallas mínimas de pescados y mariscos 14
- Etiqueta ecológica comunitaria 14
- Información obligatoria sobre el consumo de energía 14
- Seguridad en los productos 16
  - Mantenimiento de la cadena de frío 16
  - Control de proveedores y trazabilidad 17
  - Contaminación cruzada de alimentos 17
- Garantía y servicio posventa 18
  - Reparaciones y servicios posventa 19
- Ventas especiales 20
  - Rebajas 20
  - Saldos 21
  - Liquidaciones 21
- Ventas a distancia y fuera de establecimiento mercantil: el derecho de desistimiento 22
- Información previa de las empresas prestadoras de servicios 24
- Facturas y recibos 26

Edita: OMIC A Coruña. Concello da Coruña | Textos: Cem, S. coop. galega
Fotografías: Cem, S. coop. galega | Diseño e impresión: Gráficas Cano
Edición: 1.ª edición, 2017

- Métodos de pago 27
- Precios 27
- Publicidad 29
  - Protección de datos 29
- Seguros para el establecimiento comercial 30
- Accesibilidad para personas con discapacidad 31
- Residuos y medio ambiente 33
- Cambios y devoluciones 34
  - Reclamaciones 34
  - Hojas de reclamaciones 35
  - ¿Quién presenta la hoja de reclamación ante la Administración? 36
- La mediación de consumo y las OMIC 37
  - Funciones de la OMIC 38
- Compromisos de actuación 39

- *Anexo I* | Hoja de reclamación oficial 41
- *Anexo II* | Definiciones 42
- *Anexo III* | Normativa de aplicación 44
  - Normativa Estatal 44
  - Normativa Autonómica 44
- *Anexo IV* | Formulario de autoevaluación 46

EL PEQUEÑO COMERCIO es aquel establecimiento de nuestro barrio que atiende a los vecinos y que con el paso del tiempo conoce sus gustos y necesidades.

Es ese comercio cercano, en el más amplio sentido de la palabra, cercano físicamente y cercano socialmente, donde nos conocen personalmente y conocen la vida y la historia del barrio.

El pequeño comercio forma parte de la vida del barrio y de su gente y eso también ayuda a que los barrios se mantengan vivos.

Debido a ésto, en la actualidad el pequeño comercio tiene que adaptarse a las nuevas realidades y a un mundo más competitivo, apostando por la calidad del servicio que pueden ofrecerles a las personas consumidoras y que los hace únicos de verdad: trato personal y afable, productos de proximidad y ecológicos, apuesta por la sostenibilidad y el medio ambiente...

Esta GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS se configura como instrumento de referencia. Su objetivo prioritario es fomentar unas prácticas responsables y correctas desde el cumplimiento de los requisitos legales en materia de consumo aplicables al pequeño comercio, así como la adquisición de una serie de compromisos de actuación que va más allá de la legislación, con el fin de dar un valor añadido a sus ventas.

Mejorar la información a la persona consumidora, proteger sus intereses económicos y sociales así como su seguridad y también el compromiso social y ambiental del comercio son los pilares fundamentales sobre los que se asienta esta guía de buenas prácticas.

Derechos de las personas consumidoras

Se entiende que son personas consumidoras aquellas personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, profesional o artesanal.

También son consideradas consumidoras las personas jurídicas y las entidades que actúen sin ánimo de lucro pero siempre que actúen en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

La Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios reconoce para las personas consumidoras una serie de derechos que les dan una especial protección ante situaciones de inferioridad que nosotros como empresas deberíamos conocer para evitar así conflictos innecesarios.

Derecho a la protección de la salud y la seguridad

Los bienes y servicios destinados a las personas consumidoras y usuarias deberán presentarse de forma que no existan peligros para su salud y seguridad. Si estos peligros se presentasen, deberán ser retirados del mercado por procedimientos rápidos y simples.

Los poderes públicos velarán por la seguridad, por la calidad y por la salubridad de los servicios que se ofertan en el mercado.

Derecho a la información, la formación y la educación

Quien compra bienes o servicios tiene el legítimo derecho a disponer de una información adecuada que le permita:

- Conocer las características esenciales de los bienes y servicios que se le ofrecen (naturaleza, calidad, cantidad y precios).
- Efectuar una elección racional entre los bienes y servicios competitivos.
- Utilizar los bienes y servicios con toda seguridad y de forma satisfactoria.
- Reivindicar la reparación de los eventuales daños causados por el bien o servicio recibido.

A la persona consumidora le corresponde el derecho a la educación en materia de consumo para que pueda actuar informada y sea capaz de

elegir con claridad entre los bienes y servicios, siendo consciente además de sus derechos y responsabilidades.

Derecho a la protección de sus intereses económicos y sociales

Las personas consumidoras deberán ser protegidas contra los abusos de poder del vendedor, en particular respecto de contratos tipo establecidos unilateralmente, la exclusión abusiva en los contratos de derechos irrenunciables, las condiciones abusivas de crédito, la solicitud de pago de mercancías no solicitadas, los métodos de venta que limiten la libertad de elección y las cláusulas contractuales que resulten lesivas o abusivas para la persona consumidora.

Derecho a la reparación de los daños y pérdidas sufridas

La persona consumidora tiene derecho a la justa reparación de los daños y pérdidas sufridas debido a la compra o utilización de productos defectuosos o de servicios insuficientes, mediante procedimentos rápidos, eficaces y poco costosos.

Las asociaciones de consumidores quedarán legitimadas para representar y defender los intereses de las personas consumidoras perjudicadas, así como proporcionar asesoramiento y asistencia.

Derecho a la representación y audiencia en consulta

Las personas consumidoras y usuarias tienen derecho a constituirse en organizaciones para la mejor defensa de sus intereses. Éstas deberán ser consultadas y oídas en cuantos temas puedan verse afectadas.

Derecho a la protección jurídica, administrativa y técnica

El consumidor o consumidora tendrá derecho a la protección jurídica en los términos y alcance que resultasen más adecuados.

Los poderes públicos y, concretamente, los órganos y servicios de las administraciones públicas competentes en materia de consumo adoptarán o promoverán las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en que pueda encontrarse individual o colectivamente la persona consumidora o usuaria.

Horarios de apertura y cierre

Las personas consumidoras tienen el derecho a conocer el horario de atención al público de los establecimientos, incluso cuando estén cerrados, por lo que en todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información de los horarios de apertura y cierre, que se expondrá en lugar visible desde el exterior, incluso cuando el local esté cerrado.

Los comerciantes tienen libertad para fijar los horarios de sus establecimientos, teniendo en cuenta las siguientes limitaciones:

- El horario global en el que podrán desarrollar su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana será, como máximo, de noventa horas.
- La franja horaria para abrir será entre las 08.00 y las 24.00 horas, excepto los días 24 y 31 de diciembre, que de ser laborables, se cerrará como máximo a las 20.00 horas.
- Los domingos y festivos en los que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos serán, como máximo, de diez al año que serán determinados anualmente mediante orden de la Xunta de Galicia.
- Deberán permanecer cerrados los días 1 de enero, 1 de mayo, 17 de mayo (en este caso, excepto los establecimientos dedicados a la venta de libros, por ser el Día das Letras Galegas), 25 de julio y 25 de diciembre.

Estas limitaciones de horarios no afectan a los establecimientos dedicados esencialmente a la venta de productos de pastelería, repostería, churrería, pan, platos preparados, prensa, flores y plantas y a las tiendas de conveniencia. Tampoco a aquellos situados en puestos fronterizos y estaciones, ni a los localizados dentro de recintos de afluencia turística y recintos hosteleros, ni a aquellos situados en zonas declaradas de gran afluencia turística.

Información al consumidor: el etiquetaje

La persona consumidora tiene derecho a conocer las verdaderas características de los productos que se le ofrecen. Por tanto, los productos deben estar correctamente etiquetados y las etiquetas deben contener la información suficiente sobre sus características, de manera que, si así lo desea, le permita conocer perfectamente sus propiedades antes de comprarlo.

El etiquetaje no puede inducir a error, especialmente en lo siguiente:

a. Sobre sus características, en particular sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.

b. Atribuyendo al producto efectos o propiedades que no tenga.

c. Sugiriendo que posee características particulares, cuando todos los demás semejantes posean estas mismas características.

Todos los productos deberán incorporar o ir acompañados, de forma clara y comprensible, de información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales:

a. Nombre y dirección completa del productor.

b. Naturaleza, composición y finalidad.

c. Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial, si la tienen.

d. Fecha de producción o suministración y lote, cuando sea exigible reglamentariamente, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.

e. Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.

Si son productos alimenticios, el etiquetaje debe contener lo siguiente:

a. Denominación de venta del producto.

b. Lista de ingredientes, cantidad neta.

c. Fecha de caducidad o de duración mínima.

d. Condiciones especiales de conservación y de utilización.

e. Lugar de origen o procedencia.

f. Identificación de la empresa.

g. Identificación del lote de fabricación.

▷ Etiquetaje de los productos a granel

Cuando una persona consumidora se acerca al pequeño comercio busca la calidad y frescura de los alimentos frescos que en la mayor parte de las ocasiones se distribuyen a granel.

En este caso el etiquetaje se presentará de forma escrita en etiquetas adheridas a los alimentos o rotulada en carteles colocados en un lugar donde los alimentos se presenten para su venta, bien sobre el propio alimento o próximo a él.

IMPORTANTE

Desde finales de 2014, la **información sobre ingredientes alérgenos** es también obligatoria en los establecimientos que suministran alimentos sin envasar. De acuerdo con las normas vigentes, no se puede informar que se desconocen los alérgenos presentes en los alimentos que se ofrecen. Tampoco resulta admisible informar de forma genérica que todos los alimentos que se suministran en el establecimiento pueden contener alérgenos.

Si una persona consumidora alérgica solicita un alimento que no contenga un ingrediente concreto, no le informe que se lo puede suministrar a no ser que tenga la certeza absoluta de que ese ingrediente no estará en el alimento, ni siquiera por contaminación cruzada.

Cereales que contengan gluten. Trigo (espelta e khorasa), centeno, cebada, avena o sus variedades híbridas y productos derivados.
Masas, panes, levadura para hornear, pastas, productos cárnicos, rebozados…

Crustáceos y productos elaborados con crustáceos.
Cangrejo, langosta, gambas, salsas, cremas...

Huevos y productos elaborados con huevos.
Tartas, pasta, platos preparados, productos cárnicos, aliños y salsas…

Pescado y productos elaborados con pescado.
Salsas, pizzas, aliños, caldo en pastillas…

Cacahuetes y productos elaborados con cacahuetes.
Semillas, pasta, aceites, galletas, chocolate…

Soja y productos elaborados con soja.
Semillas, aceites, harinas, postres, productos cárnicos…

Leche y sus derivados (incluida la lactosa).
Mantequilla, nata, yogur, croquetas, sopas, friambre…

Frutos de cáscara: almendras, avellanas, nueces, anacardos, pacanas, nueces de Brasil, pistachos, nueces macadamia o nueces de Australia y productos derivados.
Panes, galletas, sobremesas, helados, mazapán, salsa o aceites…

Apio y productos derivados.
Tallos, hojas, semillas, raíces, condimentos, ensaladas, productos cárnicos, salsas, cremas…

Mostaza y productos derivados.
Semillas, panes, currys, marinados, productos cárnicos, aliños...

Granos de sésamo y productos elaborados con granos de sésamo.
Semillas, pastas, aceites...

Dióxido de azufre y sulfitos.
Se pueden usar zumos como conservantes en frutas desecadas, productos cárnicos, crustáceos, refrescos, vegetales, vinos, cervezas, zumos, encurtidos…

Altramuces y productos elaborados con altramuces.
Semillas, harinas, panes, dulces...

Moluscos y productos elaborados con moluscos.
Mejillones, caracoles, chirlas, pulpo, cremas, platos preparados…

Estas etiquetas deberán incluir, por lo menos, las siguientes indicaciones:

a. La denominación del alimento.

b. Es obligatorio informar claramente de la presencia de las sustancias que causan alergias o intolerancias.
Esta indicación no será necesaria en aquellos casos en los que la denominación del alimento ya haga referencia claramente a la sustancia o producto de que se trate.
En este caso, la comunicación puede ser además por cualquier otro medio, incluidas las herramientas tecnológicas modernas o la comunicación verbal (es decir, información oral verificable).

c. Cantidad de un ingrediente o de una categoría de ingredientes.

d. En el caso de bebidas alcohólicas, su grado alcohólico cuando superen el 1,2% en volumen.

e. Otros requisitos que se establezcan en las normativas propias de los alimentos para esta modalidad de venta (huevos, pollos, carne...).

▷ Etiquetaje de pescado y marisco

El pequeño comercio de A Coruña destaca por la gran cantidad de pescados y mariscos que ofrecen procedentes de las lonjas.

Con la finalidad de que la persona consumidora pueda identificarlos sin confusiones y sin riesgos, se estableció un contenido obligatorio que debe llevar el etiquetaje de estos productos.

Además de comprar pescado y marisco que ya viene envasado o embalado, la mayor parte de las veces las personas consumidoras lo adquieren a granel, poniéndosele el precio después de pesarlo en su presencia. En este caso la información que deberá acompañar al pescado en la venta al por menor es la misma, con la diferencia de que, en vez de llevar esta información en los materiales que los recubren, la llevarán en tablas pequeñas, carteles o etiquetas.

1. La denominación comercial y científica de la especie

Por ejemplo: PULPO-OCTOPUS

De esta manera evitamos que el nombre comercial nos lleve a confusión o que se hagan pasar unas especies por otras de menor calidad.

2. El método de producción

- «Pescado» o «Pesca extractiva» (para los productos procedentes del mar).
- «Pescado en aguas dulces» (para los productos procedentes del río).
- «Criado» o «Acuicultura» (para los criados en cautividad).
- «Marisqueo» (para los obtenidos de esta actividad).

3. Zona de captura o de cría

- No todo el pescado/marisco tiene el mismo reconocimiento. La zona de origen suele ser un factor importante a considerar a la hora de comprar productos del mar.
- Para la "Pesca extractiva": debe indicarse el MAR u OCÉANO del que procede, y, si se trata del Océano Atlántico, especificar las coordenadas (Norte, Sur, Este, Oeste).
- Para el «Pescado en aguas dulces" y para el «Criado»: es preciso indicar el país donde se pescó/crió, ya sea España u otro país miembro o no de la UE.

4. Forma de presentación comercial y/o tratamiento al que fue sometido

- Algunas de las formas de presentación más comunes son: Eviscerado (Evs); Con cabeza (C/C); Sin cabeza (S/C); Fileteado (Fl); Cocido (CC) o *Descongelado.

5. Peso neto (este requisito no es preciso en la venta a granel)

- Los productos alimenticios envasados deben especificar siempre el peso neto, el cual es especialmente importante cuando se trata de un producto congelado.

6. Primer expedidor

- Para los productos vivos, frescos, refrigerados o cocidos debe informarse también sobre el primer expedidor, esto es, el nombre de la lonja en la que fue vendido por primera vez.

ETIQUETAJE DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS

Exponer claramente la etiqueta en la pescadería es sinónimo de calidad.

**Muchas personas consumidoras desconocen que los produtos del mar pueden aparecer a la venta descongelados. Precisamente para que el dato no pase desapercibido, debe aclararse en el apartado de la forma de presentación junto con su fecha de caducidad.*

Información adicional: a veces se indica, para el pescado fresco, el calibre (tamaño) y el grado de frescura, aunque sólo es obligatorio que figure esta información en la lonja.

Si son **productos industriales**, en el etiquetaje debe constar:

a. Nombre o denominación del producto.

b. Composición, fecha de uso o de consumo.

c. Contenido neto.

d. Características esenciales.

e. Instrucciones, advertencias, consejos o recomendaciones sobre instalación, uso y mantenimiento, manejo.

f. Peligro y condiciones de seguridad.

g. Lote de fabricación.

h. Identificación de la empresa.

i. Lugar de procedencia u origen.

j. Potencia máxima, tensión de alimentación y consumo.

Tallas mínimas de pescados y mariscos

Se debe ser especialmente cuidadoso y responsable con las tallas mínimas de pescados y mariscos y evitar poner a la venta aquellos que no consigan la talla mínima. Tampoco se deben vender aquellas especies que se encuentren en época de veda.

Etiqueta ecológica comunitaria

Muchos productos obtienen la etiqueta ecológica comunitaria si se cumplen los criterios establecidos por la Unión Europea.

Estos criterios pretenden fomentar el reconocimiento de los productos con un menor impacto ambiental y con una mayor duración.

EU Ecolabel
www.ecolabel.eu

EU Ecolabel
www.ecolabel.eu

Mejor para el medio ambiente…

- [texto específico en los criterios]
- [texto específico en los criterios]
- [texto específico en los criterios]

… mejor para usted.

Información obligatoria sobre el consumo de energía

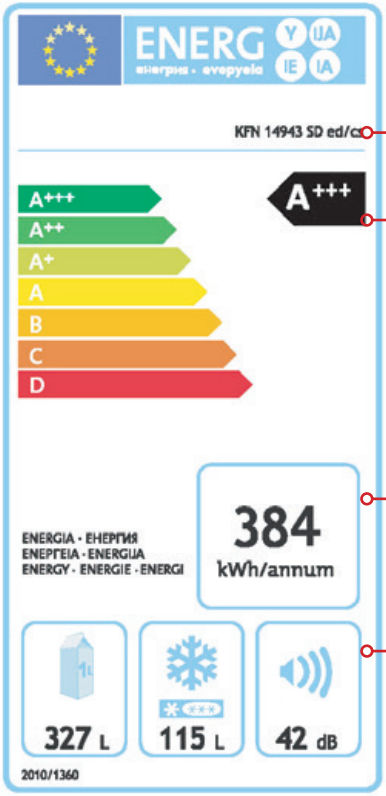
En la venta de electrodomésticos deberá figurar en el etiquetaje, en tanto que productos industriales que llegan a las personas consumidoras, la información precisa sobre el consumo de energía.

Deberá ponerse en conocimiento de la persona consumidora la información referente al consumo de energía eléctrica o de otras formas de energía mediante una ficha y una etiqueta.

Toda publicidad sobre un modelo concreto de productos relacionados con la energía deberá incluir, cuando se ofrezca información relacionada con la energía o el precio, una referencia a la clase de eficiencia energética del producto.

Todo producto que se comercialice o se ponga en servicio en España deberá incluir los datos e informaciones dirigidas al usuario final, por lo menos, en la lengua española oficial del Estado.

Prototipo de etiqueta



Nombre del proveedor o marca e identificador del modelo.

Clases energéticas.

Consumo de energía anual.

Pictogramas que destacan las características seleccionadas.

Seguridad en los productos

Dentro del pequeño comercio hay una gran diversidad de establecimientos —pequeñas tiendas de ultramarinos, droguerías, bazares, zapaterías, tiendas de ropa, panaderías, carnicerías, pescaderías... —por lo que en este apartado se recogen consejos que para muchos no serían difíciles de aplicar.

▷ Mantenimiento de la cadena de frío

Por cadena de frío se entiende el mantenimiento continuado de la temperatura de conservación de los alimentos que requieren frío durante todas las operaciones a que se ven sometidos. Romper esta cadena puede causar el deterioro de los alimentos.

Las temperaturas a que se deben conservar dependen de cada producto, por lo que se debe consultar el etiquetaje de origen y las fichas de los requisitos higiénico-sanitarios.

Algunas buenas prácticas para mantener la cadena de frío de nuestros productos son las siguientes:

- Comprueba diariamente que los equipos de frío funcionan correctamente y lleva un registro de las temperaturas.
- Tanto en el transporte como en la exposición, es preciso asegurarse de que la temperatura de refrigeración sea la del producto que requiera la temperatura más baja.
- No introduzcas alimentos calientes, nin tengas mucho tiempo abiertas las puertas de la cámara. Evita que se acumule hielo, eso ayuda a controlar la temperatura.
- No sobrecargues los equipos de refrigeración con más productos.
- Procura que los productos estén el menor tiempo posible a temperatura ambiente al cargarlos y descargarlos.

▷ Control de proveedores y trazabilidad

La trazabilidad de un producto se define como la capacidad de seguir su rastro a lo largo de las etapas de producción, transformación y distribución mediante un sistema de identificación.

Quien vende alimentos en los mercados debe disponer de un sistema que le permita conocer el origen de los productos que vende con el fin de poder retirarlos ante cualquier incidente sanitario.

Estos son algunos datos que es necesario que conozcamos de cada producto, que generalmente están en el recibo o factura de compra, que ya nos sirve como registro de trazabilidad, y que es preciso conservar por si hubiera alguna reclamación o incidente.

- Origen de la mercancía: número de proveedor o productor.
- Especificaciones del producto: variedad, origen, número de lote o información equivalente.
- Fecha en la que se compró la mercancía.
- Datos de contacto del proveedor.

▷ Contaminación cruzada de alimentos

Debemos evitar la contaminación cruzada de los alimentos, bien entre alimentos distintos bien entre distintas fases de elaboración, para lo cual debemos seguir una serie de simples consejos:

- Separa las distintas actividades que puedan ser causa de contaminación en el espacio o en el tiempo.
- Asegúrate de que el sentido de marcha hacia adelante de los productos no se interrumpe.
- No permitas que los animales domésticos entren dentro del área de almacenamiento ni de venta, excepto los perros guía.
- Restringe el acceso de personal ajeno a la zona de almacenamiento y al punto de venta.

Garantía y servicio posventa

El comercio es responsable frente a la persona consumidora ante una venta que no sea conforme y, en tal caso, esta persona podrá optar por la reparación o por la sustitución, excepto que cualquiera de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada. Esta reparación o sustitución deberá ser gratuita y se realizará en un plazo razonable sin inconvenientes para la persona consumidora.

Se debe responder a las faltas de conformidad durante los 2 años siguientes a la entrega, excepto en los productos de segunda mano en los que se podrá pactar un plazo menor, aunque nunca será menos de un (1) año.

Cuando las faltas de conformidad se produzcan en los 6 primeros meses después de la entrega, excepto que se demuestre lo contrario, se entiende que ya existían en ese momento.

La persona consumidora tiene 2 meses de plazo para informar a la persona vendedora de la falta de conformidad. Ante el incumplimiento de este plazo, la persona consumidora responderá por los daños o pérdidas causados por el atraso en esa comunicación.

La rebaja del precio y la resolución del contrato serán procedentes, a elección de la persona consumidora, cuando ésta no pudiera exigir la reparación o la sustitución y en los casos en que éstas no se llevaran a cabo en un plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor.

La falta de conformidad resultante de una instalación incorrecta se equipara a la falta de conformidad del producto, siempre y cuando la instalación estuviera incluida en la compra o si fuera instalado por la persona consumidora cuando se deba a un error en las instrucciones de instalación.

En el momento de la reparación o sustitución el comerciante debe entregar a la persona consumidora:

- Justificación de la recogida del producto con la fecha de entrega y el motivo de la falta de conformidad.
- Una vez entregado el producto, reparado o sustituido, justificante con la fecha y, de ser el caso, la reparación realizada.

▷ Reparaciones y servicios posventa

En los productos de naturaleza duradera, la persona consumidora tiene derecho a un servicio técnico idóneo y a la existencia de repuestos durante el plazo mínimo de cinco (5) años a partir de la fecha en que el producto deje de fabricarse.

No está permitido incrementar los precios de los repuestos al aplicarlos en las reparaciones ni cargar por mano de obra, traslado o visita importes superiores a los costes medios estimados en cada sector, debiendo diferenciarse en la factura los distintos conceptos. La lista de precios de los repuestos deberá estar a disposición del público.

El derecho de recuperación de los productos entregados por la persona consumidora para su reparación prescribirá a los tres (3) años a partir de la entrega.

Ventas especiales

▷ Rebajas

Las rebajas son ventas realizadas de los productos habituales del comercio a precios inferiores en unos períodos concretos del año.

Las ventas en rebajas suelen tener lugar en los períodos estacionales de mayor interés comercial. La duración de cada período de rebajas es decidido libremente. Las fechas elegidas para las rebajas deberán exhibirse en sitio visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

Las reducciones de los precios durante las rebajas deben consignarse exhibiendo, junto al precio habitual, el precio rebajado.

Los productos que se venden en las rebajas deben ser los mismos que están incluidos en la oferta habitual de ventas el resto del año.

En caso de que las ofertas en rebajas no afecten a todos los productos, aquellos que están rebajados estarán perfectamente identificados y diferenciados del resto para evitar confusiones.

▷ Saldos

Se consideran saldos aquellos productos con un valor de mercado muy bajo por causa de deterioro, desuso u obsolescencia.

- Los saldos se pueden vender siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones.
- El precio anterior tiene que aparecer junto al precio reducido.
- En caso de que sean productos defectuosos o deteriorados, se deberá hacer constar expresamente de forma clara.
- No pueden venderse como saldos productos que le supongan un riesgo o engaño a la persona consumidora.

▷ Liquidaciones

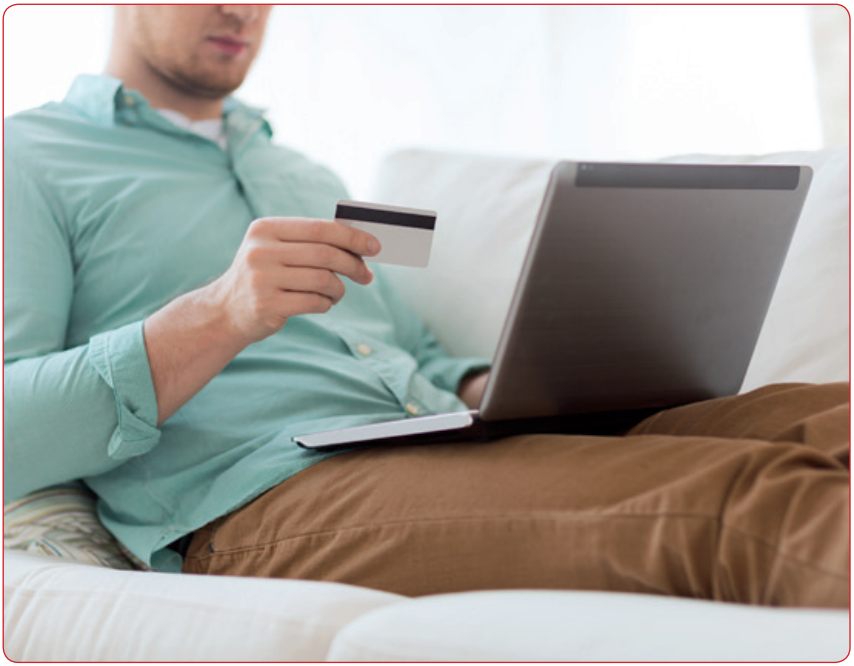
Se entiende por liquidación la venta de carácter excepcional con la finalidad de rematar con las existencias de los productos por causa de cese de la actividad, cambio de negocio, de sede o en un supuesto de fuerza mayor.

- Cuando se anuncien ventas por liquidación, se deberá indicar la causa de ésta.
- La duración máxima de la venta por liquidación será de un año.
- No podrán ser liquidados los productos que no habían formado parte de las existencias del comercio.

Ventas a distancia y fuera de establecimiento mercantil: el derecho de desistimiento

Para las ventas fuera de establecimiento comercial que se realizan por teléfono o por internet, las personas consumidoras están protegidas por el derecho de desistimiento.

El derecho de desistimiento es la facultad de una persona consumidora para devolver un bien o producto al comercio dentro de un plazo de 14 días naturales, sin tener que alegar ni dar ninguna explicación al respecto ni sufrir ninguna penalización, teniendo que soportar sólo los costes directos de devolución, excepto en caso de que el empresario aceptara asumirlos o no informara de quién tiene que asumirlos. Sin embargo, si el vendedor no facilitó la correspondiente información sobre este derecho, el período para ejercerlo finalizará 12 meses después de los 14 días iniciales.



Serán nulas de pleno derecho las cláusulas que le impongan a la persona consumidora una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento o la renuncia a él.

Para los efectos del ejercicio del derecho de desistencia, el plazo se calculará a partir del día en que se recibe el bien.

Sin embargo, hay varias excepciones a este derecho de la personas consumidoras:

- Bienes cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones del mercado financiero que la persona vendedora no pueda controlar.

- Bienes confeccionados de acuerdo con las especificaciones de la persona consumidora o claramente personalizados que, por su naturaleza, no se puedan devolver o puedan deteriorarse con rapidez.

- Las gravaciones sonoras o de vídeos, de discos y de programas informáticos que fueran desprecintados por el consumidor, así como de ficheros informáticos suministrados por vía electrónica, susceptibles de ser descargados o reproducidos de forma inmediata.

- La prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas.

- La suministración de productos alimenticios, de bebidas o de otros productos del hogar de consumo corriente suministrados en el domicilio de la persona consumidora y usuaria, en su residencia o en su lugar de trabajo por empresas que realicen visitas frecuentes y regulares.

- Los servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento, cuando la empresa se comprometa, al realizarse el contrato, a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto.

- Los servicios cuya ejecución comenzase, con el acuerdo de la persona consumidora y usuaria, antes de finalizar el plazo de siete días hábiles.

- Los servicios de apuestas y loterías.

Información previa de las empresas prestadoras de servicios

Bajo el amparo del derecho a la protección de los legítimos intereses económicos de las personas consumidoras e información sobre los diferentes bienes, productos y servicios, las empresas prestadoras de servicios están obligadas a poner a disposición de las personas consumidoras de manera inequívoca y accesible, antes de la formalización del contrato o, si es el caso, antes de la prestación del servicio, la información siguiente:

a. El nombre, el estatuto y la forma jurídica de la empresa prestadora, la dirección geográfica donde tiene su establecimiento y los datos que permitan ponerse rápidamente en contacto directamente con ella y, dado el caso, por vía electrónica.

b. En caso de que esté inscrita en un registro mercantil o en otro registro público análogo, dicho registro mercantil y su número de inscripción.

c. En caso de que la actividad esté sometida a un régimen de autorización, los datos de la autoridad competente o de la ventanilla única.

d. En caso de que la empresa prestadora ejerza una actividad sujeta al IVA, el número de identificación fiscal.

e. Por lo que se refiere a las profesiones reguladas, todo colegio profesional u organismo análogo en el que esté inscrita la persona prestadora, así como el título profesional y el Estado miembro en el que fue otorgado.

f. Las condiciones y las cláusulas generales, si fuere el caso, utilizadas por la empresa prestadora.

g. La existencia, si fuese el caso, de cláusulas contractuales utilizadas por la empresa prestadora sobre la legislación aplicable al contrato y/o sobre los órganos judiciales competentes.

h. La existencia de una garantía posventa, de existir, no impuesta por la ley.

i. El precio del servicio, cuando la empresa prestadora fije previamente un precio para un determinado tipo de servicio.

j. Las principales características del servicio, de no quedar claras por el contexto.

k. El seguro o las garantías exigibles, y, en particular, los datos de la empresa aseguradora o de garantía y la cobertura geográfica.

Esta información debe ser comunicada por la empresa prestadora por propia iniciativa y debe ser de fácil acceso para el destinatario en el lugar de prestación o de formalización del contrato o bien por vía electrónica a través de una dirección comunicada por la empresa prestadora o bien figure en todo documento informativo de la empresa que se le facilite al destinatario y en el cual se presenten de forma detallada sus servicios.

A petición del destinatario estarán obligadas a comunicarle la siguiente información suplementaria:

a. Cuando el precio no lo fije previamente la empresa prestadora del servicio, el precio del servicio o, de no poderse indicar exactamente, el método para calcularlo, de modo que el destinatario pueda comprobarlo, o bien un presupuesto suficientemente detallado.

b. En el caso de las profesiones reguladas, la referencia a las normas profesionales aplicables en el Estado miembro de establecimiento y los medios para acceder a ellas.

c. La información relativa a sus actividades multidisciplinares y asociaciones que estén directamente vinculadas con el servicio en cuestión y sobre las medidas adoptadas para evitar conflictos de intereses.

d. Los posibles códigos de conducta a los que esté sometida.

e. Cuando esté sometida a un código de conducta o sea miembro de una asociación u organización profesional que prevea el recurso a medios extrajudiciales de resolución de litigios, la información correspondiente, indicando como acceder a la información detallada sobre las características y las condiciones para hacer uso de los medios extrajudiciales de resolución de litigios.

Facturas y recibos

Las personas consumidoras tienen derecho a la entrega de una confirmación documental de la contratación realizada que indicará la identificación de la empresa, con el nombre o razón social, la identificación fiscal, el domicilio social y la dirección del establecimiento físico, así como la fecha de la contratación. Por solicitud del consumidor, se deberá realizar el desglose de todos los bienes, productos, servicios, mano de obra y recargos e impuestos aplicables. Este deber se entenderá cumplido cuando los datos exigidos se incorporen a la factura o al recibo de compra.

En el caso del recibo (reglamentariamente llamado factura simplificada) debe contener como mínimo la siguiente información:

- Número.
- Fecha de expedición.
- NIF de la persona empresaria.
- Nombre y apellidos, razón o denominación social completa.
- Identificación de los bienes o servicios prestados.
- Tipo impositivo de IVA aplicado y opcionalmente, la expresión «IVA incluido».
- El importe total a pagar.
- NIF, nombre y apellidos y domicilio del destinatario cuando así lo solicite éste.

Si la persona consumidora solicita una factura común, ésta debe contener:

- Número de factura.
- Fecha de expedición y fecha de ejecución, si fuese distinta.
- Nombre y apellidos o razón social tanto del emisor como del destinatario.
- NIF tanto del emisor como del destinatario.
- NIF tanto del emisor como del destinatario.
- Domicilio tanto del emisor como del destinatario.
- Base imponible.
- Tipo impositivo de IVA.
- Porcentaje de retención del IRPF, si fuese el caso.
- Cuota tributaria.
- Importe total.

Métodos de pago

En caso de que exista la posibilidad de pagar con métodos alternativos de pago, deberá especificarse claramente. Se tendrá en cuenta la Directiva Europea 2015/2366 sobre servicios de pago en el mercado interior.

Precios

Las personas consumidoras tienen derecho a recibir información suficiente y fácilmente accesible sobre los precios, las tarifas, las condiciones de venta y los conceptos que incrementen el precio, antes de adquirir el bien o contratar el servicio o el uso en los puntos de venta de los bienes y en los establecimientos de prestación de servicios.

Las mercancías, los productos y los objetos de publicidad deben llevar el precio indicado, tanto en el escaparate como en el interior del local, excepto aquellos autorizados por normativa de regulación especial.

- El etiquetado del precio tiene que incluir los descuentos y los incrementos derivados de las condiciones de pago, así como los costes adicionales por servicio, accesorios y otros conceptos.
- Los precios y las condiciones de venta así como los conceptos que puedan incrementarlo, deben ser fácilmente accesibles para la persona consumidora antes de adquirir el producto.

- El precio tiene que indicar el importe total que debe satisfacerse y se debe desglosar en caso de que sea preciso.
- Todos los productos expuestos para la venta deben llevar de manera inequívoca, fácilmente identificable y claramente visible el precio completo precedido por las siglas PVP, con todos los impuestos y gravámenes incluidos en el importe final.
- El precio de los productos a granel debe estar indicado por unidad de medida (kilo, litro, etc.).
- El precio no puede ser superior al anunciado. Un precio anunciado u objeto de publicidad vincula al vendedor.
- En el caso de los productos envasados deben indicar el precio de la unidad de venta y el precio por unidad de peso o volumen.
- A la hora de pesar los productos a granel es fundamental que la propia persona consumidora vea claramente el peso exacto de lo que está comprando.

Publicidad

La publicidad realizada por los comercios en el ejercicio de su actividad profesional y con el fin de promover de forma directa o indirecta la compra de sus productos, deberá ajustarse a los principios de veracidad, objetividad y suficiencia y deberá evitarse la utilización de términos e información que puedan ser engañosos, desleales o subliminales.

Los comercios deben garantizar que la promoción y publicidad de los productos se ajusta a su naturaleza, características, utilidad y finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación de forma que no engañen o induzcan a engaño a las personas consumidoras sobre sus características y condiciones de adquisición.

▷ Protección de datos

Hoy en día son cada vez más los datos personales de los clientes que se tratan en las relaciones de consumo, pero estos datos están protegidos por la normativa específica de protección de datos y por el Reglamento de la Unión Europea 2016/679, relativo a la protección de las personas físicas en el que respeta el tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos.

Seguros para el establecimiento comercial

En el desarrollo de nuestra actividad comercial, hay una serie de seguros que puede ser recomendable tener contratados.

En determinados convenios, uno de los seguros obligatorios, en el caso de tener empleados, es el de accidentes de convenio, que cubre las consecuencias de un accidente laboral.

Aunque no es obligatorio para muchas actividades, puede ser conveniente contratar un seguro de Responsabilidad Civil, que se haría cargo de pagar las posibles reclamaciones por vía civil que puedan ocurrir en el desarrollo de nuestra actividad.

Por supuesto que el comercio que cuente con algún vehículo debe haber contratado el seguro correspondiente, tanto si es un turismo como si es un vehículo industrial.

También es conveniente contratar un seguro multirriesgo que cubra los daños que podamos sufrir en el comercio o que podamos provocarles a los vecinos.

Accesibilidad para personas con discapacidad

Los comercios pueden colaborar activamente en la mejora del paisaje urbano, cuidando la imagen externa del establecimiento (aceras, letreros, fachada, escaparates), utilizando las zonas de carga y descarga y facilitando el acceso a las personas que tienen problemas de movilidad o que tengan alguna otra discapacidad.

La accesibilidad es un derecho que les permite a las personas con discapacidad desarrollarse de forma autónoma en su ciudad.

La incorporación de medidas de accesibilidad permite ofrecer una mayor calidad en el servicio de nuestro comercio, facilitando la atención de las necesidades de estas personas, lo que redunda en una mayor clientela potencial.

- Si mantenemos la acera libre y sin obstáculos, garantizamos la libre circulación de las personas: los toldos y letreros deben estar a una altura mínima de 2,20 m, la línea de fachada debe estar libre para facilitar que las personas con discapacidad visual puedan orientarse y desplazarse ya que la emplean como referencia, y no debemos acumular mobiliario y otros elementos que dificulten el paso.

- Un escalón en la entrada es una barrera para muchas personas, por lo que el acceso a nivel de calle facilita la entrada en el establecimiento de forma

segura. Los ruedos deben ser duros, estar fijados y no deben sobresalir del suelo. Las puertas deben poder abrirse fácilmente, tener un ancho mínimo de 80 cm y, si son transparentes, deben señalizarse bien.

- Una correcta disposición del mobiliario dentro del comercio permite el desplazamiento seguro de las personas consumidoras con discapacidad y aumenta la accesibilidad: probadores accesibles, corredores con 80 cm libres de obstáculos, espacios diáfanos, productos al alcance de todos, mostrador de atención con un módulo bajo (máximo 45 cm de alto) y sin cerrar en la parte inferior o tener un baño accesible son algunas mejoras para aumentar la accesibilidad en el comercio.

- También es importante que el acceso a la comunicación sea comprensible y adecuada para personas con problemas visuales y auditivos: las etiquetas tienen que tener tipografías grandes, como mínimo de 7 mm, a las personas con discapacidad visual hay que transmitirles la información verbalmente y permitirles tocar los productos y para las personas con discapacidad auditiva podemos hablarles vocalizando bien y acentuando el movimiento de los labios o podemos escribírsela..., son algunos ejemplos que facilitarán el acceso a nuestro comercio de personas con discapacidad.

Residuos y medio ambiente

Cada uno de los tipos de comercios genera en su actividad diferentes tipos de residuos que deben ser tratados de forma correcta para evitar posibles problemas higiénico-sanitarios y también para facilitar su gestión posterior en las plantas de recogida y reciclaje.

La gestión correcta de estos residuos es un factor de calidad que cada vez valoran más las personas consumidoras pues son más exigentes en los aspectos ambientales y higiénico-sanitarios.

- Se dispondrán varios recipientes para poder hacer una recogida selectiva de los residuos generados (papel y cartón, vidrio, materia orgánica, envases y embalajes...).
- Evitar al máximo generar residuos innecesarios y usar envases reutilizables siempre que sea posible.
- Los recipientes de materia orgánica es recomendable limpiarlos periódicamente para evitar malos olores y emplear en ellos bolsas desechables y, a poder ser, compostables.
- No dejar residuos de ninguna clase fuera de los contenedores.
- Depositar cada tipo de residuo en su contenedor de manera selectiva para facilitar su reciclaje.
- En el caso de generar residuos especiales, hace falta depositarlos en un punto verde o hacerlo a través del gestor de residuos autorizado.

Cambios y devoluciones

Salvo para aquellos casos en los que el producto sea defectuoso, las devoluciones y cambios son un servicio voluntario de los establecimientos que le permite al cliente cambiar el producto.

La persona comerciante explicitará por escrito en la zona de caja de forma visible la posibilidad o no de la devolución del producto. Esta información así como el plazo para hacer efectiva la posible devolución deberán figurar igualmente en el recibo de compra. Para el caso de ser admitida la devolución, se procederá, por opción de la persona comerciante, al reembolso del importe o al otorgamiento de un bono sin caducidad o documento acreditativa de la deuda sin caducidad por el importe correspondiente.

En aquellos casos en los que la venta de un producto se ofrezca a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia se debe informar de los posibles gastos de devolución y del sistema de reembolso.

Cuando, en caso de que se admitan cambios y devoluciones, se proceda a la devolución de un producto, la persona compradora no tendrá el deber de indemnizar a la persona vendedora por el desgaste o el deterioro de él debido exclusivamente a su prueba para tomar una decisión sobre su adquisición definitiva sin alterar las condiciones del producto en el momento de la entrega. Se le prohibe a la persona vendedora exigir anticipo de pago o prestación de garantías en su favor para el caso de que se devuelva la mercancía.

De no haberse fijado el plazo dentro del cual la persona compradora podrá desistir del contrato, aquel será de 14 días naturales.

▷ Reclamaciones

Dentro de las relaciones de las personas consumidoras con los empresarios y empresarias, pueden producirse conflictos o desacuerdos por causa del producto que les vendieron, lo que puede dar lugar a que pueda poner de manifiesto los hechos mediante una reclamación ante la Administración competente en la que solicita una solución al conflicto presentado, y en su caso, una compensación.

Así, una reclamación debe ser siempre de una persona consumidora frente a un empresario, y nunca serán admitidas aquellas reclamaciones o denuncias en

las que lo que se dilucide sea una relación entre propios empresarios o entre propias personas consumidoras.

Cualquier persona, independientemente de su nacionalidad o zona de residencia, que adquiera productos para su uso personal o familiar puede presentar una reclamación ante un conflicto entre ella y la persona vendedora.

Todo establecimiento abierto al público deberá disponer de las hojas de reclamaciones establecidas reglamentariamente y del cartel anunciador de la existencia de ellas.

Las empresas deberán dar respuesta adecuada a las reclamaciones de los consumidores en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el plazo de un mes desde la presentación y deben actuar diligentemente para encontrar una solución satisfactoria a las reclamaciones presentadas.

La empresa deberá asignar un número de reclamación y justificar la recepción de esta de forma que el consumidor tenga constancia de la interposición de la reclamación en el momento de su presentación.

La presentación de una reclamación no le podrá causar ningún tipo de perjuicio directo o indirecto a la persona consumidora y, en el caso de producirse, deberá ser asumido por la empresa reclamada.

▷ Hojas de reclamaciones

Entre las diferentes vías que permiten defender los derechos y restablecer los intereses lesionados de las personas consumidoras, las hojas de reclamaciones constituyen un instrumento ágil para facilitarles la remisión a las administraciones de las denuncias por presuntas infracciones a los derechos legalmente reconocidos, y de aquellas reclamaciones que los consumidores deseen someter al arbitraje de consumo.

Todas las personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos que comercialicen bienes o presten servicios en la Comunidad Autónoma de

Galicia, a excepción de los centros o establecimientos de titularidad pública, deben tener hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras. y en caso de que éstos no dispongan de ellas o se nieguen a facilitarlas, la persona consumidora puede reclamar la presencia de la Policía Local para acreditarlo y formular la denuncia correspondiente por este hecho ante la autoridad de consumo.

Antes de la entrega a la persona consumidora, en la hoja de reclamaciones deberán figurar debidamente cubiertos todos los datos correspondientes a la identificación de la entidad reclamada.

El reclamante deberá hacer constar en el impreso su nombre, apellidos, domicilio, número del documento nacional de identidad o pasaporte, una descripción breve de los hechos que motivan la reclamación donde se indicará la fecha en la que ocurrieron.

Asimismo, se indicarán las pretensiones de la reclamación y se desea que sea resuelta a través del Sistema Arbitral de Consumo.

La persona consumidora deberá acompañar la reclamación con todas las pruebas o documentos que considere necesarios para una mejor valoración de los hechos y, en especial, la factura cuando se trate de una reclamación sobre el precio.

▷ ¿Quién presenta la hoja de reclamación ante la Administración?

El impreso original de la hoja de reclamación de color blanca será dirigido por la persona reclamante al Servicio Provincial de Consumo de la provincia donde radique el establecimiento o centro. Podrá presentarse en cualquiera centro u oficina de la Administración de la Xunta de Galicia, en la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) o en las Asociaciones de Consumidores y Usuarios. Una copia de la hoja de reclamación queda en el poder de la persona reclamante y otra en poder del establecimiento reclamado.

La mediación de consumo y las OMIC

La OMIC (Oficina Municipal de Información a la Persona Consumidora) es un servicio público dependiente del Ayuntamiento de A Coruña que tiene como funciones principales prestarles servicios de información, educación, formación, orientación y asesoramiento a los consumidores y usuarios, vecinos de A Coruña, en materia de consumo en el ámbito local y resolver, por vía amistosa y de forma voluntaria, los conflictos que puedan surgir entre los empresarios y las personas consumidoras de su término municipal.

Los consumidores y usuarios tienen a su servicio, de manera gratuita, la posibilidad de realizar consultas, tanto telefónicas como presenciales, presentar hojas de reclamación y/o solicitar información y documentación en materia de consumo.

▷ Funciones de la OMIC

Entre las principales funciones que tiene la OMIC de A Coruña destacan las siguientes:

- Ofrecerles información y asesoramiento a las personas consumidoras de A Coruña mediante una atención personalizada.
- Tramitar las reclamaciones que les presenten directamente las personas consumidoras o las asociaciones de consumidores.
- Fomentar la educación y formación de los vecinos y vecinas como consumidores responsables y críticos.
- Colaborar con otras entidades públicas y privadas, también dedicadas a la protección de las personas consumidoras.
- Remitir a la Xunta Arbitral de Consumo aquellas reclamaciones en las que no se alcanzó un acuerdo mediador.

Compromisos de actuación

Además de cumplir todos los requisitos legales, los puestos del comprado pueden asumir los siguientes compromisos de actuación que es una apuesta más en la calidad que les ofrecen a sus clientes:

a. Con la prestación del servicio

- Entre los derechos básicos de las personas consumidoras está ser tratados con corrección, consideración y respeto en las relaciones de consumo por lo que el personal que atienda directamente el público mostrará, en todo momento, un comportamiento correcto y un lenguaje atento y cortés, colaborando con diligencia en la resolución de las dudas y problemas de los clientes.

- Dispondrán de personal suficiente en cada momento para cubrir las necesidades y para que se reduzcan los tiempos de espera.

- Se efectuarán las provisiones precisas para estar convenientemente abastecidos, en función de la demanda habitual de productos.

- Facilitarse el máximo posible la obligación de que la persona consumidora tenga conocimiento exacto del precio de venta de los productos y se informará claramente de los medios de pago admitidos (tarjeta de crédito, metálico, talones bancarios, etc.).

- Con respecto a las básculas, se hará un especial hincapié en su control metrológico oficial, así como en la forma de pesar los productos a granel sin que se cobre el peso del material empleado para envolverlos o envasarlos.

- Se atenderá a la persona consumidora por orden de petición del servicio, sin ninguna discriminación, sea cual sea el motivo (información, devoluciones, reclamaciones, etc.).

- En los pagos con tarjeta electrónica, se solicitará la exhibición de un documento identificativo (DNI, carné de conducir...) para comprobar su identidad, excepto que la operación se autentique a través de PIN personal.

- Las personas consumidoras, en sus relaciones de consumo, tienen derecho a usar cualquiera de las lenguas oficiales de Galicia y tanto en el

etiquetado de los productos, como en la publicidad, las ofertas, las promociones o las comunicaciones comerciales se podrán utilizar cualquiera de los idiomas oficiales.

b. En materia de consumo

- Aceptar el Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución de los conflictos surgidos con las personas consumidoras en relación a sus derechos como consumidor. Se anunciará la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo mediante la exhibición del correspondiente logo.
- Recomendar a las personas consumidoras guardar la publicidad, ya que tiene carácter contractual, y solicitar el resguardo correspondiente a los pagos efectuados.
- También se puede informar de las actualizaciones normativas y otras noticias de interés relacionadas con los productos de su puesto.

c. Con el medio ambiente

- Reducir la cantidad de residuos producidos y aumentar el porcentaje de recogida selectiva en el puesto.
- Adoptar prácticas correctas y respetuosas con el medio ambiente.
- Fomentar el consumo responsable de todos los productos.
- Emplear envases, embalajes y bolsas fabricados con materiales no contaminantes y reciclables, fomentando el uso de bolsas de algodón o de rafia.
- Promoverán la comercialización de productos de cercanías y de origen ecológico e identificarlos claramente.

d. A nivel social

- Colaborar con la ONG de la ciudad en materia de consumo.
- Participar activamente en las campañas de los bancos de alimentos de la ciudad.

e. Con la formación de los empleados

- Velar por la actualización permanente de uno mismo y de las personas empleadas fomentando la formación continua y especializada.

Anexo I | Hoja de reclamación oficial

XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA E INDUSTRIA

IGC INSTITUTO GALEGO DE CONSUMO

galicia

FOLLA DE RECLAMACIÓN
HOJA DE RECLAMACIÓN

COMPLAINT FORM

Antes de cubrir a folla, lea atentamente as instruccións do reverso.
Antes de cumplimentar la hoja, lea atentamente las instrucciones del reverso.
Before completing this form, please read carefully the instructions on the back.

1.-
(Lugar dos feitos, día e hora.- Lugar de los hechos, día y hora.- Happening place, day and hour)

2.-
(RECLAMANTE.- RECLAMANTE.- Complainant) **(D.N.I./Pasaporte.-** Passport)

Enderezo
Domicilio
Address

(Rúa / praza.- Calle / plaza.- Código postal.- Street / square) **(Teléfono.-** Telephone)

(Localidade.- Localidad.- Locality) **(Provincia.- Provincia.-** Province)

3.- **RECLAMACIÓN:**
RECLAMACIÓN
COMPLAINT

4.-
(Xustificantes.- Justificantes.- Documents)

5.- **Pedimento:**
Solicitud:
Diligence:

☐ arbitraxe ☐ sanción ☐ outros

(Nome do establecemento.- Nombre del establecimiento.- Name of the establishment)

(Rúa / praza.- Calle / plaza.- Street / square) **(Localidade.- Localidad.-** Locality) **(Provincia.- Provincia.-** Province)

ALEGACIÓNS:
ALEGACIONES:
DECLARATION:

En a de de

(Sinatura.- Firma.- Signed)

1. Folla branca-oficial; para ser enviada ao Servizo Provincial de Consumo polo reclamante. 2. Folla verde; para o reclamante. 3. Folla amarela; para o reclamado

Anexo II | Definiciones

Actividad comercial: aquella actividad realizada por comerciantes, bien por cuenta propia o ajena, consistente en la oferta o en la colocación en el mercado de productos, naturales o elaborados, susceptibles de tránsito comercial, así como los servicios que de tal actividad deriven.

Actividad comercial al por menor: aquella que tiene por objeto la adquisición de productos o mercancías y su venta al consumidor final, incluyendo la prestación de aquellos servicios derivados de tal actividad. Igualmente, poseerá este carácter la venta realizada por los artesanos respecto de sus productos en su propio taller.

Establecimientos comerciales: los locales y construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma individual o en un espacio colectivo, e independientemente de que se realice de forma continuada o en días o en temporadas determinadas. Quedan incluidos los quioscos y, en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada, siempre que tengan el carácter de inmuebles.

Etiquetado: toda información escrita, impresa o gráfica relativa a un producto industrial, que preceptivamente debe acompañar a éste cuando se presenta para la venta al consumidor.

Etiqueta ecológica: distintivo que se otorga a los productos que presenten un mejor comportamiento ambiental en cumplimiento de los criterios ecológicos exigidos.

Garantías: el vendedor está obligado a entregar a la persona consumidora productos que sean conformes con el contrato, respondiendo frente a él de cualquiera falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del producto. El consumidor y usuario tiene derecho a la reparación del producto, a su sustitución, a la rebaja del precio o a la resolución del contrato, de acuerdo con el previsto en la ley.

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

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

Persona consumidora y usuaria: son personas consumidoras o usuarias las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional.

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

Productor: se considera productor al fabricante del bien o al proveedor del servicio o a su intermediario, o al importador del bien o servicio en el territorio de la Unión Europea, así como a cualquier persona que se presente como tal

a indicar en el bien, ya sea en el envase, el envoltorio o cualquier otro elemento de protección o presentación o servicio su nombre, marca u otro signo distintivo.

Producto seguro: se consideran seguros los bienes o servicios que, en condiciones de uso normales o razonablemente previsibles, incluida su duración, no presenten ningún riesgo 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.

Punto limpio: instalación de titularidad municipal destinada a la recogida selectiva de residuos urbanos de origen doméstico en los que el usuario deposita los residuos segregados para facilitar su valorización o eliminación posterior.

Residuos urbanos: los residuos peligrosos y no peligrosos generados en los domicilios particulares, comercios, oficinas y servicios.

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

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

Ventas con obsequio o prima: son ventas con obsequio aquellas en las que el comerciante utiliza concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de determinados artículos.

Son ventas con prima aquellas que ofrezcan cualquier incentivo o ventaja vinculados a la adquisición de un bien o servicio.

Ventas de promoción: se consideran ventas de promoción, aquellas que tienen por finalidad dar a conocer un nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos, y no sea otro tipo específico de ventas regulado como actividad de promoción (rebajas, saldos, liquidación, ventas con obsequio y prima, oferta de venta directa).

Venta en rebajas: existe venta en rebajas cuando sus objetos se ofertan en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de la dicha venta. No estarán incluidos los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al común, ni tampoco aquellos productos no puestos a la venta con anterioridad en condiciones de precio común.

Venta de saldos: se considera venta de saldos, la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa de deterioro, daño, desuso u obsolescencia de ellos sin que un producto tenga esta consideración por el sólo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

Anexo III | Normativa de aplicación

Normativa Estatal

- Ley 7/1996, del 15 enero, de ordenación del comercio al por menor.
- Ley orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la Ley de ordenación del comercio minorista: tras la entrada en vigor de la Ley estatal 1/2004, de horarios comerciales, únicamente queda en vigor el art. 1 de la L. Lo. 2/1996, por lo que se transfiere a la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares la competencia de ejecución de la legislación del Estado en materia de comercio interior.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales (BOE 22/12/2004).
- Real decreto ley 20/2012 de 13 de julio, por el que se modifica la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio retallista.
- Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y a su internacionalización.
- Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad.
- Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.
- Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

Normativa Autonómica

- Decreto 375/1998, de 23 de diciembre, por el que se regulan las hojas de reclamaciones de los consumidores y usuarios.
- Ley 13/2010, de 17 de diciembre, del comercio interior de Galicia (versión consolidada). Ley 13/2006, de 27 de diciembre, de horarios comerciales de Galicia (versión consolidada).
- Ley 1/2013, de 13 de febrero, por la que se modifica la Ley 13/2006, de 27 de diciembre, de horarios comerciales de Galicia (versión consolidada).

- Ley 9/2013, de 19 de diciembre, del emprendimiento y de la competitividad económica de Galicia.
- Decreto 118/2012, de 20 de abril, por el que se regula el Registro Gallego de Comercio. Decreto 183/2011, de 15 de septiembre, por el que se regulan las mesas locales del comercio.
- Decreto 211/2012, de 25 de octubre, por el que se regula el procedimiento para la obtención de la autorización comercial autonómica.
- Orden de 14 de julio de 2009 por la que se establecen las excepciones al deber de exposición y exhibición al público del precio de los productos por razones de seguridad.
- Instrucción de 15 de noviembre de 2011, de la Dirección General de Comercio, sobre la expedición por la autoridad competente en materia de comercio de la certificación acreditativa de la condición de tienda de conveniencia para los efectos de lo previsto en el artículo 4.b) de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.
- Orden de 9 de octubre de 2015 por la que se establecen los domingos y festivos en los que se autoriza la apertura de establecimientos comerciales durante el año 2016.
- Orden de 4 de enero de 2017 por la que se regula el procedimiento para la obtención del sello de Mercado Excelente en la Comunidad Autónoma de Galicia, código de procedimiento IN223B.
- Orden de 12 de abril de 2017 por la que se revisa la relación de actividades artesanas recogidas en el anexo IV del Decreto 218/2001, de 7 de septiembre, por el que se refunde la normativa vigente en materia de artesanía.

Anexo IV | Formulario de autoevaluación

A continuación incluimos un pequeño cuestionario de autocontrol que nos puede ayudar a mejorar determinados aspectos en la gestión de nuestro comercio, ayudando a mejorar la calidad de servicio que se le ofrece a sus clientes.

Aparatos de peso e medida	**SÍ**	**NO**
¿Dispone de básculas calibradas y verificadas periódicamente?		
Presentación y publicidad	**SÍ**	**NO**
¿El etiquetaje, presentación y publicidad de los productos a la venta no inducen a error o confusión a los consumidores?		
Precios	**SÍ**	**NO**
¿Se indica el precio total en todos los productos en forma clara e inequívoca?		
¿Ese precio consta en las ofertas realizadas en soportes publicitarios e informativos?		
En los casos de venta fraccionada de alimentos, ¿se especifica el precio por unidad de medida?		
Ventas en rebajas	**SÍ**	**NO**
Las fechas, dentro del marco de la legalidad vigente, ¿se exhiben en un sitio visible al público?		
¿Se exponen conjuntamente el precio anterior y el rebajado?		
¿Los productos de la venta en rebajas están incluídos en la oferta habitual del comercio?		
Ventas en saldos	**SÍ**	**NO**
¿El producto de saldo está señalizado y separado del resto de las promociones?		
Facturas y otros documentos justificativos	**SÍ**	**NO**
¿Se expiden facturas u otro tipo de justificante por las operaciones realizadas?		
¿Guardan copias de las facturas entregadas?		
¿Constan de todos los datos obligatorios?		
Garantías	**SÍ**	**NO**
¿Se responde ante la persona consumidora por cualquier falta de conformidad en el plazo de dos (2) años desde la entrega del producto?		
¿Se repara o se substituye el producto a la persona consumidora, en el caso de que no esté conforme?		
¿Se le rebaja o se le devuelve el importe, en el caso de que las opciones anteriores no sean posibles?		

¿Esta política de rebaja del precio o devolución está debidamente anunciada?		
Reclamaciones	**SÍ**	**NO**
¿Tiene hojas de reclamaciones a disposición de las personas consumidoras y están anunciadas mediante cartel oficial?		
¿Se facilitan siempre que son solicitadas?		
Protección de datos de carácter personal	**SÍ**	**NO**
¿Solicitan a sus clientes sólo los datos de carácter personal estrictamente necesarios?		
Gestión de residuos	**SÍ**	**NO**
¿Hace una correcta gestión de residuos conservándolos en las debidas condiciones de higiene y seguridad?		
¿Hace una recogida selectiva de residuos según su naturaleza y destino?		
Requisitos generales del etiquetaje	**SÍ**	**NO**
¿La información es veraz y suficiente, presentándose de forma visible en alguno de los idiomas oficiales?		
¿Los productos comercializados, van etiquetados conforme a la normativa?		
¿Los productos tienen la fecha de caducidad o de consumo preferente sin sobrepasar?		
Compromisos de actuación	**SÍ**	**NO**
¿Está adherido al Sistema Arbitral de Consumo, anunciándolo mediante el Distintivo Oficial?		
¿El personal que atiende al público presenta un comportamiento correcto y cortés, colaborando rápidamente en la resolución de las dudas y problemas de los clientes?		
¿Dispone de personal suficiente que reduzca los tiempos de espera de las personas consumidoras?		
¿Repone de forma continuada productos para satisfacer las demandas de las personas consumidoras?		
¿Realiza revisión de todos los productos y cuentan con su etiquetaje y precio antes de su exposición para la venta?		
¿Se atiende por riguroso orden de petición del servicio, independientemente del motivo que lo origine: devolución, consulta...?		
¿Se les da a los clientes información que les ayude a elegir el producto más adecuado?		
¿Solicita la oportuna identificación del cliente en los pagos mediante tarjeta?		
¿Contribuye a la conservación del medio ambiente mediante el uso y la potenciación de envases y bolsas de materiales no contaminantes y reciclables?		

CORUÑA
PRÓXIMA

Ayuntamiento de A Coruña
Concello da Coruña

CORUÑA
PRÓXIMA