



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

h

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS
en el sector
hotelero



INTRODUCCIÓN

El presente Código de Buenas Prácticas en el Sector Hotelero ha sido elaborado por el Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid, en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 4 de septiembre de 2009, firmado con la **Asociación Empresarial Hotelera de la Comunidad de Madrid**. Cuenta con el consenso de las principales asociaciones de consumidores y está aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Dicho Código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al **Sector Hotelero**, y a unos compromisos de actuación en materia de calidad, resolución de reclamaciones, mejoras en la prestación del servicio, etc, que exceden del contenido de aquellos, y que tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores, así como incrementar el nivel de calidad y seguridad de la actividad desarrollada en estos establecimientos.

Con la edición de este Código se promueve el autocontrol en el Sector Hotelero y se garantizan unas correctas prácticas que redundarán 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 instrumento de referencia para las empresas pertenecientes al sector hotelero, siendo su objetivo prioritario fomentar el desarrollo de unas prácticas empresariales responsables y correctas por parte de las mismas desde el cumplimiento de los requisitos legales aplicables al desarrollo de su actividad, así como de una serie de compromisos de actuación que exceden del marco normativo, aportando un valor añadido, en aras de contribuir a la mejora de la calidad en la prestación del servicio.

El Código de Buenas Prácticas incide fundamentalmente en los siguientes aspectos:

- Información al consumidor
- Protección de sus intereses económicos y sociales
- Seguridad de usuarios frente a posibles riesgos
- Protección del medio ambiente, fomentando el desarrollo de prácticas, por parte de empresarios y consumidores, que contribuyan a un consumo responsable.

Asimismo, mediante la implantación del presente Código de Buenas Prácticas se pretende que las empresas realicen, mediante el autocontrol de su propia actividad, una estrecha vigilancia de sus actuaciones con el fin de asegurar la correcta prestación del servicio para satisfacer las expectativas de los consumidores con respecto a este tipo de establecimientos y de los productos y servicios que en ellos se comercialicen.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código será de aplicación a los empresarios y profesionales dedicados a la prestación de servicios de hotelería, de titularidad privada, que tengan su domicilio social o que operen mediante sucursales ubicadas en el municipio de Madrid, que deseen adherirse al mismo, pertenecientes o no a la Asociación Empresarial Hotelera de la Comunidad Madrid (AEHM).

3. DEFINICIONES

Actividad turística de alojamiento

Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional y habitual, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios.

Autocontrol

Mecanismo de control que, incorporado a los Códigos de Buenas Prácticas, facilita a los empresarios la verificación de que su actividad se desarrolla de acuerdo con la normativa vigente y a los compromisos de calidad contenidos en los mismos.

Contratos celebrados a distancia

Son los contratos celebrados con los consumidores y usuarios en el marco de una actividad empresarial, sin la presencia física simultánea de los contratantes, siempre que la oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación organizado por el empresario.

Contratos celebrados por vía electrónica o contratos electrónicos

Son los contratos en los que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

Declaración responsable

Se entiende por declaración responsable el documento suscrito por la persona titular de una actividad empresarial o profesional en el que declara, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente, que dispone de la documentación que así lo acredita y que se compromete a mantener su cumplimiento durante la vigencia de la actividad.

Establecimientos hoteleros

Son aquellas instalaciones que destinadas al alojamiento turístico, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo y reúnen los requisitos técnicos mínimos establecidos reglamentariamente.

Los establecimientos hoteleros podrán disponer de otros servicios complementarios, como los de restauración que, a elección del interesado podrán o no tener acceso directo desde la vía pública.

Hoteles-apartamentos

Son aquellos establecimientos hoteleros que además de reunir las características anteriores, por sus estructuras y servicios dispongan de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de cada unidad de alojamiento.

Usuarios turísticos

Son usuarios turísticos a efectos de la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, las personas físicas o jurídicas que utilizan los establecimientos, instalaciones y recursos turísticos, o reciben los bienes y servicios que les ofrecen las empresas y profesionales de esta naturaleza, y que como clientes los demandan y disfrutan.

4. REQUISITOS LEGALES APLICABLES AL SECTOR**4.1 Clasificación de los establecimientos hoteleros: hoteles**

Los establecimientos hoteleros son clasificados en categorías en función de la calidad del servicio que prestan a sus clientes y de la calidad de sus instalaciones, materiales, equipamientos y decoración, debiendo cumplir unos requisitos mínimos en cada caso.

Todos los establecimientos de alojamiento turístico deberán exhibir obligatoriamente en la entrada principal la placa normalizada en la que figure el distintivo correspondiente a su grupo y categoría y, en su caso, la correspondiente a la existencia de servicio comedor.

**4.2 Declaración responsable. Registro de Empresas Turísticas**

Los establecimientos hoteleros, cualquiera que sea su categoría, están obligados a comunicar a la Dirección General competente en materia de turismo, el inicio de su actividad o cualquier modificación que afecte a la declaración inicial, a través de una declaración responsable. Dicha Dirección General efectuará, en cualquier momento, la comprobación del contenido de la declaración responsable.

Asimismo, la Dirección General competente en materia de turismo, gestionará el Registro de Empresas Turísticas, que constituye la base de datos informatizada que reúne el conjunto de inscripciones y datos concernientes a las empresas y entidades que desarrollan actividades turísticas.

El Registro de Empresas Turísticas será público, y la inscripción en el mismo tendrá carácter voluntario.

4.3 Requisitos y obligaciones de los hoteles**4.3.1 Obligaciones de los hoteles**

Como empresas turísticas de alojamiento los hoteles tienen las siguientes obligaciones:

- a) Destinar sus instalaciones a la prestación de los servicios turísticos conforme a la modalidad ejercida.
- b) Anunciar o informar a los usuarios, previamente, sobre las condiciones de

- prestación de los servicios y de su precio.
- c) Facilitar los bienes y servicios en los términos contratados, de acuerdo con la categoría del establecimiento.
 - d) Dar la máxima publicidad a los precios de todos los servicios.
 - e) Facturar los servicios de acuerdo con los precios establecidos.
 - f) Cuidar del buen funcionamiento y mantenimiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento.
 - g) Garantizar en las instalaciones y servicios turísticos la salud y seguridad de las personas y la seguridad de los bienes.
 - h) Cuidar del buen trato dado a los clientes por parte del personal de la empresa.
 - i) Facilitar al cliente, cuando lo solicite, la documentación preceptiva para formular reclamaciones.
 - j) Facilitar a la Administración la información y documentación preceptiva para el correcto ejercicio de las atribuciones que legal y reglamentariamente le correspondan.
 - k) Informar a los usuarios de los datos de identificación de la entidad prestadora de los servicios turísticos debiendo hacer constar de forma clara e inequívoca los datos exigidos por la normativa aplicable.

4.3.2 Libro Registro

Los establecimientos hoteleros tienen la obligación de cumplimentar los impresos de partes de entrada de los viajeros, bien por procedimientos manuales o por procedimientos informáticos, pero el viajero deberá firmar dicho parte de manera inexcusable.

Una vez cumplimentado y firmado el impreso, quedará en el establecimiento a efectos de confección de un libro-registro. Los libros-registro se deberán conservar durante el plazo de tres años, a contar desde la fecha de la última de las hojas registro que los integran.

4.3.3 Requisitos de los hoteles. Derecho de admisión

Los hoteles están sujetos al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Por su consideración de locales o instalaciones de carácter público, serán de libre acceso, sin que el mismo pueda ser restringido por razones de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión u otra circunstancia personal o social.
- La empresa podrá condicionar el derecho de admisión al cumplimiento de determinados requisitos que deberá dar a conocer al público, a través de su publicidad o mediante carteles, bien visibles, colocados en los lugares de acceso.
- Los titulares de las empresas turísticas podrán recabar la ayuda de los agentes de la autoridad para expulsar de sus establecimientos, si fuese necesario, a las personas que incumplan las normas usuales de convivencia social o las que pretendan entrar con una finalidad evidentemente distinta del disfrute pacífico del servicio.

4.3.4 Otros requisitos generales

Los establecimientos hoteleros, de conformidad con las especificaciones contenidas en la normativa relativa a la promoción de la accesibilidad y supresión de barreras, deberán adoptar las medidas oportunas para garantizar el uso y disfrute de las instalaciones (habitaciones, zonas comunes, etc) por todas las personas.

Igualmente, adoptarán las medidas de prevención y protección contra incendios necesarias y establecidas reglamentariamente.

La venta y suministro al por menor de productos del tabaco sólo podrá realizarse a través de máquinas expendedoras ubicadas en los establecimientos hoteleros que cuenten con la correspondiente autorización administrativa otorgada por el Organismo Autónomo Comisionado para el Mercado de Tabacos dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda. La localización de dichas máquinas deberá permitir la vigilancia directa y permanente de su uso por parte de los empleados del hotel.

4.4 Derechos y deberes de los usuarios turísticos

4.4.1 Derechos de los usuarios turísticos

Los usuarios turísticos, con independencia de los derechos que les asisten como consumidores, tienen los siguientes derechos reconocidos legalmente:

- a) A recibir información útil, precisa y veraz, con carácter previo, sobre todas y cada una de las condiciones de prestación de los servicios.
- b) A que se le faciliten los bienes y servicios turísticos en las condiciones contratadas.
- c) A obtener cuantos documentos acrediten los términos de su contratación, y en cualquier caso, las correspondientes facturas legalmente emitidas.
- d) A recibir de la empresa turística bienes y servicios de calidad acordes en naturaleza y cantidad con la categoría que ostente el establecimiento elegido.
- e) A ser atendidos con el debido respeto.
- f) A formular reclamaciones.
- g) A tener garantizada en las instalaciones y servicios turísticos la salud y seguridad de su persona y la seguridad de sus bienes en los términos establecidos en la legislación vigente.

4.4.2 Obligaciones de los usuarios turísticos

- a) Pagar el precio de los servicios utilizados, en el momento de la presentación de la factura o en el plazo pactado.
- b) Observar las normas usuales de convivencia en los establecimientos turísticos.
- c) Someterse a las prescripciones particulares de los establecimientos y empresas cuyos servicios disfruten o contraten y muy particularmente, a los reglamentos de uso o de régimen interior, siempre que no contravengan lo previsto en las leyes y en los reglamentos de desarrollo de las mismas.

4.5 Contratos con los consumidores y usuarios

4.5.1 Información previa al contrato

Antes de contratar, el empresario deberá poner a disposición del consumidor y usuario de forma clara y comprensible información relevante, veraz y suficiente sobre las características esenciales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas, y de los bienes o servicios objeto del mismo. La información incluirá además:

- a) Nombre, razón social y domicilio completo del responsable de la oferta contractual y, en su caso, el nombre, razón social y la dirección completa del establecimiento hotelero por cuya cuenta actúa.
- b) Precio completo, incluidos los impuestos, o presupuesto, en su caso.
- c) Fecha de entrega, ejecución del contrato y duración.
- d) Procedimiento de que dispone el consumidor para poner fin al contrato.
- e) Garantías ofrecidas.
- f) Lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.
- g) Existencia del derecho de desistimiento del contrato que pueda corresponder al consumidor, el plazo y la forma de ejercitarlo.
- h) La dirección completa en la que el consumidor o usuario puede presentar sus quejas y reclamaciones, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos, el modo de obtener información sobre sus características y la forma de acceder a dicho sistema extrajudicial.

La información precontractual debe facilitarse al consumidor de forma gratuita.

4.5.2 Condiciones Generales de contratación. Cláusulas abusivas

Son condiciones generales de la contratación las cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes, con independencia de la autoría material de las mismas, de su apariencia externa, de su extensión y de cualesquiera otras circunstancias, habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos.

Los contratos con consumidores y usuarios en los que se utilicen cláusulas no negociadas individualmente, deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a) Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten.
- b) Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor el conocimiento previo de todas y cada una de las condiciones de la prestación del servicio.
- c) Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que excluye la utilización de cláusulas abusivas.

Se consideran cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente y todas aquellas prácticas no consentidas expresamente que, en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato. Las cláusulas abusivas serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas en el contrato.

4.5.3 Formalización del contrato

En los contratos con consumidores y usuarios se entregará recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación. La documentación a entregar al usuario incluirá las condiciones generales de la contratación, aceptadas y firmadas por el consumidor, cuando éstas sean utilizadas en la contratación.

La formalización del contrato será gratuita para el consumidor, cuando legal o reglamentariamente deba documentarse éste por escrito o en cualquier otro soporte de naturaleza duradera.

En la contratación con consumidores debe constar de forma inequívoca su voluntad de contratar o, en su caso, de poner fin al contrato.

El contenido de la oferta, promoción y publicidad, con respecto al servicio que se pretende contratar, será exigible por los usuarios aún cuando no figure expresamente en el contrato celebrado, debiendo ser tenido en cuenta a efectos de establecer la conformidad con el mismo.

No obstante, si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas para el usuario, éstas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad.

4.5.4 Contratación de servicios por vía electrónica

En las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otros medios de comunicación electrónica y en la contratación de servicios por medios electrónicos, además de los requisitos generales de la contratación a distancia establecidos legalmente se han de tener en cuenta los recogidos en la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

Los establecimientos hoteleros que realicen contratación de servicios e información de los mismos por vía electrónica, deberán disponer de los medios necesarios que permitan a los destinatarios acceder por medios electrónicos a la siguiente información:

- a) Su nombre o denominación social; domicilio; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una

comunicación directa y efectiva.

- b) Los datos de inscripción en el Registro de Empresas Turísticas, en su caso.
- c) En el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.
- d) El número de identificación fiscal.
- e) Cuando el servicio de la sociedad de la información haga referencia a precios, se facilitará información clara y exacta sobre el precio del servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables.
- f) Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones antes señaladas.

Los hoteles que realicen actividades de contratación electrónica tendrán la obligación de poner a disposición del destinatario, antes de iniciar el procedimiento de contratación, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes extremos:

- a) Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.
- b) Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.
- c) Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y
- d) La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

Esta información se facilitará mediante técnicas adecuadas, de forma permanente, fácil y gratuita.

Las ofertas o propuestas de contratación realizadas por vía electrónica serán válidas durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio.

La empresa está obligada a confirmar la recepción de la aceptación utilizando un medio que permita tener constancia de ello.

4.6 Precios

4.6.1 Información sobre precios

En toda información al consumidor sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio final completo, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación u otras condiciones de pago similares.

Los precios de los servicios serán expuestos al público en los establecimientos donde se presten u oferten, mediante la exhibición de carteles perfectamente visibles y legibles o en el lugar donde efectivamente se presten, a través de un soporte escrito.

En el supuesto de que se informe a los consumidores de la posibilidad de adquirir servicios con aplazamiento de pago, en el momento de formalizar la oferta se les informará por escrito, como mínimo de:

- a) El precio total de adquisición bajo esta fórmula de pago
- b) El precio total de adquisición al contado
- c) El número total de plazos fijados
- d) La periodicidad de los mismos

4.6.2 Régimen de precios

Los establecimientos de alojamiento turístico, cualquiera que sea su calificación y categoría, fijarán los precios máximos de los servicios de alojamiento y de comedor que ofrecen, debiendo darles la máxima publicidad y exponerlos al público en lugar visible en la recepción.

A efectos informativos, en cada habitación deberá existir una lista actualizada de los precios de los siguientes servicios, en su caso:

- a) Lavandería
- b) Consumiciones de minibar
- c) Garaje
- d) Vídeos
- e) Peluquería
- f) Gimnasio
- g) Llamadas telefónicas
- h) Restauración en habitaciones
- i) Cualquier otro servicio que se ofrezca por el establecimiento

El precio de la unidad de alojamiento se contará, salvo pacto en contrario, por días o jornadas que terminarán a las doce horas del mediodía.

En el precio de la unidad de alojamiento se consideran incluidos los suministros de agua; energía eléctrica; calefacción y, en su caso, refrigeración, combustible, uso de ropa de cama y baño, limpieza del alojamiento, aparcamientos exteriores y uso de piscinas.

El régimen de reservas y anulaciones vendrá determinado por el acuerdo entre las partes, debiendo constar expresamente la aceptación, por parte del cliente, de las condiciones pactadas.

4.7 Facturación

Los empresarios están obligados a expedir y entregar factura por las operaciones que realicen en el desarrollo de su actividad empresarial, así como a conservar copia o matriz de aquellas.

Con carácter específico, los establecimientos de alojamiento turístico están obligados a entregar al cliente una factura que se emitirá de conformidad con la normativa reguladora. En todo caso reflejarán de manera clara:

- a) El desglose por días y conceptos de los servicios prestados
- b) El nombre, categoría y NIF o CIF del titular del establecimiento
- c) El nombre completo del cliente y su DNI u otro documento oficial de identificación
- d) Número de habitación
- e) Número de personas alojadas
- f) Fechas de entrada y salida
- g) Fecha de la factura

4.8 Publicidad

La oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios se ajustarán a su naturaleza, características, utilidad o finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación, y se realizarán de conformidad con los principios de suficiencia, objetividad y veracidad, en el marco de la legislación general sobre la publicidad, de forma que no puedan engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de adquisición.

4.9 Responsabilidades

Los establecimientos hoteleros, como prestadores de servicios, serán responsables de los daños y perjuicios causados a los consumidores, salvo que prueben que han cumplido las exigencias y requisitos reglamentariamente establecidos y los demás cuidados y diligencias que exige la naturaleza del servicio.

El perjudicado que pretenda obtener la reparación de los daños causados tendrá que probar el defecto, el daño y la relación de causalidad entre ellos.

4.10 Reclamaciones

Como prestadores de servicios, los establecimientos hoteleros, deberán poner a disposición de los consumidores información sobre la dirección postal, número de teléfono y número de fax o dirección de correo electrónico en la que, cualquiera que sea su lugar de residencia, puedan interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre el servicio ofertado o contratado,

debiendo dar respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación. En el supuesto de que en dicho plazo ésta no hubiera sido resuelta satisfactoriamente, los establecimientos adheridos a un sistema extrajudicial de resolución de conflictos, facilitarán al usuario el acceso al mismo.

Los hoteles facilitarán hojas de reclamaciones 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.

El Director del establecimiento o, en su defecto el titular del mismo, adoptará las medidas necesarias para que en todo momento existan en su establecimiento “Hojas de Reclamaciones”, que deberá obtener a través de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid.

La existencia de las “Hojas de Reclamaciones” se anunciará en un lugar visible y de fácil lectura para los clientes.

4.11 Protección de datos

Los establecimientos hoteleros 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, los cuales 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.

Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco al respecto.

El tratamiento de dichos datos requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, no siendo preciso tal consentimiento cuando se refieran a las partes de un contrato de una relación comercial y sean necesarios para su mantenimiento o cumplimiento.

5. COMPROMISOS DE ACTUACIÓN

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

5.1 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 a 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

Sin perjuicio de otros sistemas de arbitraje específicamente previstos para el sector hotelero o turístico.

- Facilitarán las hojas de reclamaciones cuando sean solicitadas por los consumidores, ayudándoles a su cumplimentación, si fuera necesario.
- Mediante carteles u otros medios informativos efectuarán a los usuarios recomendaciones sobre la conveniencia de:
 - Guardar la publicidad, ya que en todos los casos tiene carácter contractual.
 - Solicitar los resguardos correspondientes a los pagos efectuados.
- Con carácter general, se complementará la correcta información al usuario, publicitando a través de los medios que se consideren más adecuados (tablón de anuncios, folletos divulgativos, etc.) las noticias y/o publicaciones que se consideren de mayor interés para el consumidor en relación a los servicios turísticos ofertados.

5.2 Prestación del servicio

- En la prestación del servicio al cliente, se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total, contribuyendo a ello mediante la revisión de toda la documentación que vaya a ser entregada al consumidor, para verificar su conformidad con carácter previo.

- Se atenderá al usuario sin discriminación alguna por orden de petición del servicio, independientemente del motivo que lo origine (contratación, desistimiento, información sobre los servicios ofertados, etc.).
- El personal que atiende directamente al público mostrará, en todo momento un comportamiento correcto y un lenguaje atento y cortés, colaborando, siempre que así le sea requerido, en la resolución de los problemas y dudas que pudieran tener los clientes.
- Se ofrecerá al cliente una información completa, precisa y veraz, con carácter previo, sobre todas y cada una de las condiciones de prestación de los servicios, y de su precio, de forma que le permita la elección de los servicios más adecuados.
- En los pagos efectuados mediante tarjeta electrónica, con el fin de dotar a la transacción comercial de la mayor seguridad posible, se solicitará al comprador la exhibición del documento de identidad personal o similar.

5.3 Formación de los empleados

- Se fomentará la formación continua y especializada de los empleados, involucrando al personal trabajador en el cumplimiento de este Código de Buenas Prácticas y, en particular, de los compromisos de actuación.

5.4 Generales

- Con periodicidad anual, cumplimentarán el protocolo de autocontrol que deberán remitir al Instituto Municipal de Consumo junto con la documentación solicitada al respecto, para su verificación y posterior concesión del símbolo de calidad "Buenas Prácticas".
- El empresario anunciará en el local, la adhesión voluntaria a este Código de Buenas Prácticas, mediante el correspondiente distintivo acreditativo, así como su existencia a disposición de los consumidores que deseen consultarlo.
- Los establecimientos adheridos al presente Código de Buenas Prácticas colaborarán en la difusión del mismo, debiendo tener ejemplares suficientes a disposición de los consumidores que lo soliciten. *Asimismo, mantendrán a disposición del público, cualquier otro material divulgativo facilitado por las Administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas.*

5.5 Protección medioambiental

- Llevarán a cabo una adecuada política ambiental mediante el desarrollo de prácticas correctas y respetuosas con el medio ambiente.
- Contribuirán a la educación ambiental de los consumidores y/o usuarios mediante la difusión de mensajes que fomenten el consumo responsable de todos los bienes y servicios disponibles en el hotel.

TURISMO SOSTENIBLE

Etiqueta Ecológica Comunitaria de los servicios de alojamiento turístico

Los servicios de alojamiento turístico podrán recibir la correspondiente “etiqueta ecológica” en cumplimiento de los criterios ecológicos establecidos al efecto con el objetivo de:

- Limitar el consumo de energía,
- limitar el consumo del agua,
- limitar la producción de residuos,
- favorecer el uso de recursos renovables y de sustancias menos peligrosas para el medio ambiente,
- promover la comunicación y la educación sobre temas ambientales.

El establecimiento turístico informará a los clientes sobre su política ambiental y sobre la etiqueta ecológica comunitaria. Esta información se facilitará a través de carteles situados en lugares visibles, especialmente en las zonas comunes y las habitaciones.

Descripción de la etiqueta ecológica comunitaria:

Consta de dos partes: recuadro 1 y recuadro 2, según consta en la figura.



En el recuadro 2 de la etiqueta ecológica deberá aparecer la siguiente leyenda:

“Este establecimiento toma medidas para utilizar fuentes de energía renovables, ahorrar energía y agua, reducir residuos y mejorar el medio ambiente local”.

(Decisión 2009/578/CE, de 9 de julio. Turismo. Establece los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria a los servicios de alojamiento turístico)

6. SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO

Una vez que los establecimientos hayan materializado su adhesión al presente Código de Buenas Prácticas, mediante la cumplimentación de la correspondiente solicitud, los Servicios Técnicos del Instituto Municipal de Consumo, procederán a valorar el grado de implantación del mismo, así como el cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad recogidos en él, en base a los datos consignados en el protocolo de autocontrol y documentación solicitada al respecto.

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

El incumplimiento, en algún momento de alguno de los aspectos, tanto legales como de calidad, contenidos en este Código, producirá la retirada del símbolo y la pérdida del derecho de su uso.

7. 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.

8. ANEXO I. PROTOCOLO DE AUTOCONTROL

Clasificación establecimientos hoteleros (apartado 4.1 del Código de Buenas Prácticas)

1. El establecimiento exhibe en la entrada principal la placa normalizada en la que figura el distintivo correspondiente a su grupo y categoría.

SÍ	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Requisitos y obligaciones de los hoteles (apartado 4.3 del Código de Buenas Prácticas)

2. Se anuncia o informa a los usuarios, con carácter previo, sobre las condiciones de prestación de los servicios y de su precio.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

3. Facturan los servicios de acuerdo con los precios establecidos.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

4. Cuidan del buen funcionamiento y mantenimiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

5. Los establecimientos hoteleros conservan los libros-registro durante el plazo de tres años.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

6. El establecimiento adopta las medidas oportunas para garantizar el uso y disfrute de las instalaciones por todas las personas con independencia de que éstas puedan presentar algún tipo de discapacidad.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Contratos con los consumidores y usuarios (apartado 4.5 del Código de Buenas Prácticas)

7. Se facilita información, antes de contratar, de forma clara y comprensible sobre las características esenciales del contrato.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

8. Esta información previa se facilita al cliente con carácter gratuito.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

9. Se entrega al cliente un ejemplar del contrato firmado con las condiciones y servicios contratados.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

10. Los contratos firmados con los consumidores, carecen de cláusulas abusivas y se ajustan a las exigencias de la buena fe negocial.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

11. En caso de contratación electrónica se envía inmediatamente al consumidor justificación de la contratación efectuada por escrito, donde constarán todos los términos de la misma.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Precios

(apartado 4.6 del Código de Buenas Prácticas)

12. Se indica el precio de los servicios y ofertas realizadas en soportes publicitarios y/o informativos perfectamente visibles y legibles.

SÍ	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Se especifica el precio de los servicios en el contrato.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Facturación

(apartado 4.7 del Código de Buenas Prácticas)

14. Se expiden y entregan las facturas debidamente cumplimentadas.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

15. Se guarda la matriz o la copia de las facturas.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Publicidad

(apartado 4.8 del Código de Buenas Prácticas)

16. La publicidad realizada por el hotel en relación a precios, servicios y ofertas no es engañosa ni desleal, ajustándose a los principios de veracidad y suficiencia.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Reclamaciones

(apartado 4.10 del Código de Buenas Prácticas)

17. Tiene hojas de reclamaciones a disposición de los usuarios.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

18. Se anuncia convenientemente su existencia.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Protección de datos

(apartado 4.11 de Código de Buenas Prácticas)

19. Se informa a los consumidores de que sus datos personales van a ser incluidos en un fichero de datos de carácter personal, así como de su finalidad y de los destinatarios de la información.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

20. Se solicitan a los consumidores únicamente los datos estrictamente necesarios.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

21. Tienen previsto algún sistema de cancelación o destrucción de datos innecesarios.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Compromisos de actuación

(apartado 5 del Código de Buenas Prácticas)

22. El establecimiento está adherido al Sistema Arbitral de Consumo, anunciándolo así mediante el correspondiente distintivo oficial.

SÍ NO

23. Se comprometen a exhibir la adhesión al Código de Buenas Prácticas mediante el distintivo oficial una vez sea concedido.

 OBSERVACIONES:

(Comentarios relativos al contenido y uso del Código de Buenas Prácticas)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

9. ANEXO II. MARCO JURÍDICO

Con carácter general, el marco jurídico aplicable, además de la correspondiente normativa que lo complementa, desarrolle, sustituya o modifique, es el siguiente:

ÁMBITO ESTATAL

- Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.
- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.
- 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.
- Orden INT/1922/2003, de 3 de julio, sobre libros-registro y partes de entrada de viajeros en establecimientos de hostelería y otros análogos.
- Ley 34/2002, de 11 julio, reguladora de los Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998 de Protección de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid.
- Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña.
- Decreto 159/2003, de 10 de julio, de Ordenación de Establecimientos Hoteleros de la Comunidad de Madrid.
- Ley 8/2001, de 13 de julio, de Protección de datos de carácter personal en la Comunidad de Madrid.
- Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid.
- Ley 11/1998, de 9 julio, de Protección de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid.
- Ley 8/1993, de 22 de junio, de Promoción de la Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza de Limpieza de Espacios Públicos y Gestión de Residuos (B.O. Ayuntamiento de Madrid 24-03-2009).
- Ordenanza Municipal de Protección de los Consumidores del Ayuntamiento de Madrid (B.O.C.M. 1-7-2003).
- Ordenanza sobre supresión de Barreras Arquitectónicas en las Vías Públicas y Espacios Públicos (B.O. Ayuntamiento de Madrid 04-12-1980).
- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid (B.O.C.M. 15-04-2011).

10. ANEXO III. DIRECCIONES DE INTERÉS**COMUNIDAD DE MADRID****Consejería de Economía y Hacienda****Dirección General de Turismo**

Pza. de la Independencia, 6

28001 Madrid

Telf.: 91 276 72 99/ 73 04 · Fax: 91 276 73 60

www.madrid.org

*SISTEMA COMUNITARIO DE ECOGESTIÓN Y ECOAUDITORÍA (EMAS)***Organismo competente para la solicitud, tramitación y registro:****COMUNIDAD DE MADRID****Consejería del Medio Ambiente y Ordenación del Territorio****Dirección General de Evaluación Medioambiental****Área de Control Integrado de la Contaminación**

C/Álcala, 16 - 3ª Planta

28014 Madrid

Tel.: 91 438 23 55 · Fax: 91 438 29 77

www.madrid.org

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO**Secretaría de Estado de Cambio Climático****Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental**

(Organismo competente con carácter subsidiario)

C/ Agustín de Betancourt, 25

28003 Madrid

Telf.: 91 453 53 65 · Fax: 91 534 05 82

www.mma.es

Página EMAS de la Comisión Europeahttp://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm*ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA EN ESPAÑA***Organismo competente para la solicitud, tramitación y concesión:****COMUNIDAD DE MADRID****Consejería del Medio Ambiente y Ordenación del Territorio****Dirección General de Evaluación Medioambiental****Área de Control Integrado de la Contaminación**

C/Álcala, 16- 3ª Planta

28014 Madrid

Tel.: 91 438 23 55 · Fax: 91 438 29 77

www.madrid.org

Página Etiqueta ecológica de la Comisión Europeahttp://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

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

www.madrid.es

www.madrid.es/consumo

Consultas o reclamaciones de consumo en los teléfonos:

010Línea**madrid**

91 529 82 10 si llama desde fuera
de la ciudad de Madrid

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR HOTELERO

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

