

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EN EL SECTOR HOTELERO

Una de las principales líneas estratégicas del Ayuntamiento de Madrid desarrollada a través del Área de Gobierno que ostenta las competencias en materia 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.



PROTECCIÓN
AL CONSUMIDOR

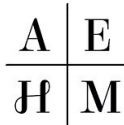
h

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

en el sector hotelero



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



Asociación Empresarial
Hotelera de Madrid



ADICAE
Asociación de Usuarios de
Bancos, Cajas y Seguros



Depósito legal: M.-29218-2020

Presentación

La elaboración de Códigos de Buenas Prácticas en diferentes sectores comerciales, empresariales y profesionales constituye, para el Ayuntamiento de Madrid, un procedimiento eficaz que contribuye a la mejora permanente de la actividad comercial, promoviendo su autocontrol, a fin de elevar el nivel de calidad y seguridad de los servicios prestados por los establecimientos comerciales de nuestra ciudad, incrementando la protección de los derechos e intereses de la ciudadanía madrileña.

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

En esta publicación se recogen los requisitos que la normativa establece, así como una relación de buenas prácticas que los empresarios deberán desarrollar para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Con su edición, el Área de Gobierno que ostenta las competencias en materia de consumo invita a establecimientos y empresas de cada sector a la adhesión al presente Código de Buenas Prácticas.

El distintivo "Buenas Prácticas", que concede el Ayuntamiento de Madrid, es símbolo de garantía para las personas consumidoras, y elemento diferenciador entre las empresas.

Finalmente, agradecer a todos los que han intervenido en la realización de este trabajo en equipo, especialmente a la Consejería competente en materia de consumo de la Comunidad de Madrid, a las organizaciones empresariales y a las asociaciones de consumidores.

NOTA ACLARATORIA

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

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

Introducción	6
1. Objetivo del código.....	7
2. Ámbito de aplicación	7
3. Requisitos legales aplicables al sector.....	8
3.1. Clasificación de los establecimientos hoteleros: Hoteles	8
3.2. Declaración responsable. Registro de Empresas Turísticas.....	9
3.3. Requisitos y obligaciones de los Hoteles	10
3.3.1. Obligaciones de los hoteles	10
3.3.2. Libro Registro	10
3.3.3. Requisitos de los hoteles. Derecho de admisión	11
3.3.4. Otros requisitos generales.....	11
3.4. Derechos y deberes de los usuarios turísticos.....	14
3.4.1. Derechos de los usuarios turísticos	14
3.4.2. Obligaciones de los usuarios turísticos.....	14
3.5. Contratos con los consumidores y usuarios	15
3.5.1. Información previa al contrato.....	15
3.5.2. Formalización del contrato	16
3.5.3. Condiciones generales de contratación. Cláusulas abusivas.....	16
3.5.4. Contratos celebrados por vía electrónica	17
3.6. Precios	19
3.6.1. Información sobre precios.....	19
3.6.2. Régimen de precios.....	19
3.7. Facturación	20

3.8. Publicidad	20
3.9. Responsabilidades.....	21
3.10. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente.....	21
3.11. Protección de datos.....	22
3.12. Gestión de Residuos.....	23
3.13. Turismo sostenible.	
Etiqueta Ecológica Comunitaria de alojamiento turístico.....	26
4. Compromisos de actuación	28
4.1. En materia de consumo	28
4.2. Prestación del servicio	29
4.3. Formación de los empleados	30
4.4. Protección medioambiental	30
5. Seguimiento de la aplicación del código.....	32
6. Revisión y vigencia del código.....	32
7. Anexo I. Definiciones	33
8. Anexo II. Marco jurídico aplicable.....	35
9. Anexo III. Protocolo de autocontrol	37

Introducción

El presente Código de Buenas Prácticas en el Sector Hotelero constituye la actualización del elaborado por el Ayuntamiento de Madrid en virtud del Convenio de Colaboración, de fecha 4 de septiembre de 2009, suscrito con la **Asociación Empresarial Hotelera de la Comunidad de Madrid**, que fue consensuado con las Asociaciones de Consumidores de mayor representación en el municipio de Madrid y 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/as, así como incrementar el nivel de calidad y seguridad de la actividad desarrollada en estos establecimientos.

Con la edición de este Código se promueve el autocontrol en el Sector de 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

Debido a la importancia que en la actualidad representa el sector de hotelero, el presente Código pretende fomentar el desarrollo de unas prácticas comerciales correctas por parte de los establecimientos pertenecientes a este sector empresarial, difundir y facilitar el cumplimiento de la normativa aplicable a las empresas, así como lograr una mejora en las prestaciones de los servicios y obtener una mayor calidad de los mismos.

Este Código, además de constituir el referente de la legislación aplicable al sector, incluye una serie de compromisos de actuación que complementan el marco normativo, promoviendo el autocontrol de la actividad por parte de las empresas, como instrumento de mejora del servicio prestado a todos los clientes.

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

2. Ámbito de aplicación

El presente Código será de aplicación a los empresarios y/o profesionales dedicados a la prestación de servicios de hostelería, 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).

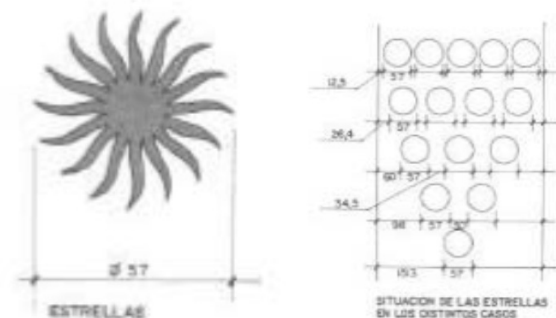
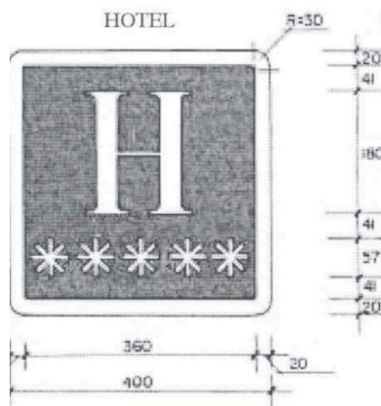
3. Requisitos legales aplicables al sector

3.1. Clasificación de los establecimientos hoteleros: Hoteles

La normativa turística en la Comunidad de Madrid prevé una serie de requisitos que se van a examinar seguidamente. Estos requisitos se examinarán en primer lugar, dejando los que prevén otros sectores en el epígrafe 3.4 de este Código.

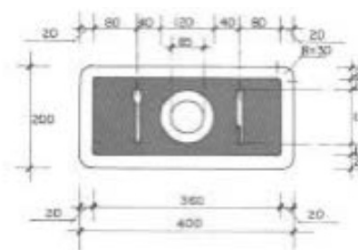
Los hoteles son clasificados en categorías en función de la calidad del servicio que prestan a sus clientes y de la calidad de sus instalaciones, materiales, equipamientos y decoración, debiendo cumplir unos requisitos mínimos en cada caso.

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 de comedor.



LEYENDA
MEDIDAS EN MILIMETROS
LETRAS TIPO BODONI EN BLANCO
ESTRELLAS EN ORO O PLATA, SEGUN PROCEDA
RECUADRO DE LA PLACA, EN BLANCO

■ AZUL TURQUESA



LEYENDA
MEDIDAS EN MILIMETROS
LETRAS TIPO BODONI EN BLANCO
CUBIERTOS Y PLATO EN BLANCO
RECUADRO DE LA PLACA EN BLANCO

■ AZUL TURQUESA

3.2. 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.

3.3. Requisitos y obligaciones de los Hoteles

3.3.1. Obligaciones de los hoteles

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

- Destinar sus instalaciones a la prestación de los servicios turísticos conforme a la modalidad ejercida.
- Anunciar o informar a los usuarios, previamente, sobre las condiciones de prestación de los servicios y de su precio.
- Facilitar los bienes y servicios con la máxima calidad en los términos contratados, de acuerdo con la categoría del establecimiento, en su caso, y con lo dispuesto en las reglamentaciones correspondientes.
- Dar la máxima publicidad a los precios de todos los servicios y notificarlos a la Administración, cuando sea preceptivo.
- Facturar los servicios de acuerdo con los precios establecidos.
- Cuidar del buen funcionamiento y mantenimiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento.
- Garantizar en las instalaciones y servicios turísticos la salud y seguridad de las personas y la seguridad de los bienes en los términos establecidos en la legislación vigente.
- Cuidar del buen trato dado a los clientes, por parte del personal de la empresa.
- Facilitar al cliente, cuando lo solicite, la documentación preceptiva para formular reclamaciones.
- Facilitar a la Administración la información y documentación preceptiva para el correcto ejercicio de las atribuciones que legal y reglamentariamente le correspondan.
- 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.

3.3.2. 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, debiendo conservarse durante tres años, con

obligación de tenerlos en todo momento a disposición de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

3.3.3. 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.

3.3.4. Otros requisitos generales

Con independencia de los requisitos específicos que exige la normativa turística, todos los establecimientos hoteleros deberán cumplir estrictamente otras las normas sectoriales, con especial mención de la legislación laboral, así como de las normas de urbanismo, accesibilidad, medio ambiente, cultura, seguridad y consumo.

Por esta razón habrá de tenerse en cuenta que:

- 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.).
- Igualmente, adoptarán las medidas de prevención y protección contra incendios necesarias y establecidas reglamentariamente.
- En los hoteles está prohibido fumar, salvo en los espacios al aire libre. No obstante, podrán habilitarse habitaciones, hasta un 30% de habitaciones fijas, para huéspedes fumadores, siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

a) Estar en áreas separadas del resto de habitaciones y con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos.

- b) Estar señalizadas con carteles permanentes.
- c) Que el cliente sea informado previamente del tipo de habitación que se pone a su disposición.
- d) Que los trabajadores no puedan acceder a las mismas mientras se encuentra algún cliente en su interior, salvo casos de emergencia.

La venta y suministro al por menor de productos del tabaco en los hoteles solo podrá realizarse si se cuenta con autorización administrativa para la venta a través de máquinas expendedoras, cuya localización ha de permitir la vigilancia directa y permanente por parte del titular o de sus trabajadores.

Un derecho básico del consumidor/a es la protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud y seguridad. Desde marzo de 2020 es preciso tener en cuenta la conexión de ese derecho con el conjunto de medidas preventivas que, en materia de salud pública, se refieren a la pandemia por COVID-19. La Orden 668/2020, de 19 de junio, de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, al desarrollar el Real Decreto-ley estatal 21/2020 prevé, en sus artículos 7 a 11, medidas de higiene y protección que son de aplicación general y también, para el titular de cualquier actividad, un deber de cautela y protección que se concreta, en el caso del sector hotelero, en su art. 28. Es recomendable comprobar la versión consolidada de la Orden 668/2020, pues ha sido modificada varias veces desde que entró en vigor, tanto en relación a las medidas generales de prevención e higiene como en aforo y distancia interpersonal de seguridad que son de especial interés en el sector. Puede ser útil, la consulta periódica de esta Orden y de su normativa de desarrollo, tal y como expone el repertorio legislativo que aparece en la página web de la Comunidad de Madrid (www.comunidad.madrid).

En el establecimiento hotelero pueden desarrollarse actividades diferentes a la principal de alojamiento turístico. Si se presta un servicio de hostelería o restauración, a las medidas de prevención propias de la actividad turística habrá que añadir las previstas por la Orden para esta última actividad ; y si hay instalaciones deportivas (piscina, gimnasio, etc.) el titular ha de aplicar las medidas previstas para estas instalaciones. En estos casos, además, cada establecimiento definirá las directrices y recomendaciones para su uso, de acuerdo con las medidas que recoge la norma, garantizándose siempre que los clientes tienen conocimiento de las mismas.

También prevé la Orden su desarrollo mediante planes específicos de seguridad, protocolos organizativos o guías adaptados a cada sector y aprobados por las administraciones públicas competentes. El titular de la actividad puede acceder a:

- Las directrices y recomendaciones del protocolo sanitario único, acordado por la Secretaría de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas, denominado “Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV-2. Hoteles y apartamentos”. Este protocolo es accesible en la página web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (mincotur.gob.es).
- La Guía de Buenas Prácticas para los establecimientos y trabajadores del sector hotelero ante el COVID-19, accesible en la página web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (www.mincotur.gob.es).
- La “Guía de Buenas Prácticas de manipulación y elaboración para el sector de restauración” también recoge medidas de prevención y está editada, conjuntamente, por la Comunidad de Madrid (www.comunidad.madrid/) y por el Ayuntamiento de Madrid (www.madridsalud.es). En la página web del Ayuntamiento de Madrid (www.madrid.es), introduciendo en el buscador la expresión “Información y medidas especiales en tiempo de alarma por Coronavirus COVID-19”, se puede acceder a la normativa gubernamental y autonómica al respecto. Se recomienda su consulta periódica, pues resulta posible un cambio en la misma dependiente de la evolución de la pandemia.

La existencia y exhibición de sellos de certificación de turismo seguro es perfectamente compatible con la adhesión a un Código de Buenas Prácticas como el elaborado para el sector hotelero de la Ciudad de Madrid, centrado en aspectos de consumo no alimentario como los que se desarrollan en el presente volumen.

En el campo del derecho de consumo, y en relación al conjunto de medidas aprobadas con ocasión de la pandemia, destaca el derecho de resolución contractual sin penalización que prevé el art 36.1 del Real decreto Ley 11/2020, de 31 de marzo.

Este derecho procede como consecuencia de las medidas adoptadas por las autoridades competentes durante la vigencia del estado de alarma, o durante las fases de desescalada o nueva normalidad. Si el contrato suscrito por el consumidor (sea de compraventa o de prestación de servicios, incluidos los de tracto sucesivo y los de ejecución diferida en el tiempo, frecuente este último en el sector cuando media reserva) resulta de imposible cumplimiento, el consumidor tendrá derecho a resolver el contrato durante un plazo de 14 días, desde la imposible ejecución del mismo, pero siempre que se mantenga la vigencia de las medidas adoptadas que hayan causado un cumplimiento imposible.

Ahora bien, la pretensión de resolución solo podrá ser estimada cuando no quepa obtener de la propuesta o propuestas de revisión de cada una de las partes, sobre la base de la buena fe, una solución que restaure la reciprocidad de intereses.

Estas propuestas de revisión podrán abarcar, entre otras, el ofrecimiento de bonos o vales sustitutorios al reembolso, que en todo caso quedarán sometidos a la aceptación por parte del consumidor. A estos efectos, se entenderá que no cabe obtener propuesta de revisión que restaure la reciprocidad de intereses cuando hayan transcurrido 60 días desde la solicitud de resolución del consumidor sin que haya acuerdo sobre la propuesta de revisión. Si el cumplimiento del contrato, teniendo en cuenta estas previsiones, resulta imposible, el empresario/a habrá de devolver la suma abonada por el consumidor, salvo los gastos en que hubiera incurrido (siempre debidamente desglosados y facilitados), en la misma forma en que se realizó el pago y en un máximo de 14 días, salvo aceptación expresa de condiciones distintas por parte del consumidor.

3.4. Derechos y deberes de los usuarios turísticos

3.4.1. 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 recibir información útil, precisa y veraz, con carácter previo, sobre todas y cada una de las condiciones de prestación de los servicios.
- A que se le faciliten los bienes y servicios turísticos en las condiciones contratadas.
- A obtener cuantos documentos acrediten los términos de su contratación, y en cualquier caso, las correspondientes facturas legalmente emitidas.
- A recibir de la empresa turística bienes y servicios de calidad acordes en naturaleza y cantidad con la categoría que ostente el establecimiento elegido.
- A ser atendidos con el debido respeto.
- A formular reclamaciones.
- 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.
- A participar en la adopción de decisiones de los poderes públicos en los términos previstos en la legislación vigente, a través de sus asociaciones u órganos de representación.

3.4.2. 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.

3.5. Contratos con los consumidores y usuarios

3.5.1. Información previa al contrato

Antes de que un consumidor/a quede vinculado por un contrato u oferta, el empresario ha de facilitarle, al menos en castellano y siempre de forma gratuita y comprensible (salvo que resulte manifiesta por su contexto), una información relevante sobre las características principales del contrato, especialmente las jurídicas y económicas.

Son relevantes, entre otros datos: la identidad social y fiscal, la dirección completa y el número de teléfono del empresario/a o de aquel por cuya cuenta actúe; las características principales del servicio; el precio total (incluidos tasas e impuestos) y el de los gastos adicionales que procedan; la fecha en que ha de ejecutarse el servicio y los procedimientos de pago, anulación y tramitación de reclamaciones, con mención del sistema extrajudicial de conflictos al que se haya adherido el empresario (por ejemplo, el arbitraje de consumo).

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

3.5.2. Formalización del contrato

En los contratos con consumidores/as se entregará recibo justificante, copia o documento acreditativo con las condiciones esenciales de la operación, incluidas las condiciones generales de la contratación, si se emplean ; aceptadas y firmadas por el consumidor.

En los contratos constará de forma inequívoca la voluntad de contratar del consumidor o, en su caso, de poner fin al contrato; y en los de servicios deberá contemplar expresamente el procedimiento a través del cual el consumidor puede ejercer su derecho a poner fin al mismo.

El contenido de la oferta, promoción y publicidad, las prestaciones propias de cada servicio y las condiciones y garantía ofrecidas, serán exigibles por los usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido, debiéndose tener en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato.

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

3.5.3. Condiciones generales de contratación. Cláusulas abusivas

Son condiciones generales de la contratación las cláusulas predisuestas 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/as en los que se utilicen cláusulas no negociadas individualmente, se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.
- Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. En ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de

la letra del contrato fuese inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura.

- Buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que excluye la utilización de cláusulas abusivas.

Son abusivas las estipulaciones no negociadas individualmente y las 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.

3.5.4. Contratos celebrados por vía electrónica

La contratación electrónica es un tipo de contratación a distancia, como lo es, también, la telefónica. Por esta razón el empresario/a que quiera efectuar una contratación electrónica tiene obligaciones previstas en la legislación de consumo y en la de servicios de la sociedad de la información.

En un contrato electrónico se ha de facilitar una información precontractual similar a la especificada en el epígrafe 3.5.1 de este Código para la contratación presencial, lo que puede hacer el empresario en su página o sitio de internet. Así, entre otros datos obligatorios, destacan los siguientes:

- Aparte de la identificación del empresario (incluida la fiscal, así como los datos de inscripción en el Registro Mercantil, si es persona jurídica) han de identificarse los medios de contacto entre consumidor y empresario, por ejemplo, un número de teléfono, una dirección de correo electrónico. Pero el Derecho de la Unión no impone en todo caso a un empresario que sólo efectúa este tipo de contratos la instalación de un medio en concreto, o que lo facilite en este tipo de contrataciones cuando informa al consumidor antes de celebrar el contrato. Lo que se pretende es que el consumidor pueda contactar con él de forma rápida, directa y eficaz.
- El derecho de desistimiento, reconocido con carácter general en los contratos celebrados a distancia, tiene, sin embargo, una notable excepción en los que se refieran al suministro de servicios de alojamiento para fines distintos del de servir de vivienda, si los contratos prevén una fecha o un periodo de ejecución específico, como suele ser usual en el sector.

Si este es el caso, la información previa que se le ha de facilitar al consumidor consistirá, precisamente, en que no le asiste el derecho de desistimiento.

Si el servicio contratado no estuviera condicionado a una fecha o periodo específicos entonces sí que tendrá que informarle sobre su plazo (14 días naturales desde la celebración del contrato), condiciones y procedimiento de su ejercicio. Para facilitar esta información el empresario puede utilizar el modelo de documento normalizado que figura en el apartado A del Anexo I del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU, a partir de ahora), lo que puede servir como prueba del cumplimiento de su obligación de informar, en este concreto aspecto, si entrega ese documento correctamente cumplimentado. En todo caso, si cabe este derecho, el consumidor ha de recibir el formulario de desistimiento que aparece en el modelo B del Anexo citado.

- También se deberá informar, antes de contratar y de forma clara y permanente, sobre los trámites que deben seguirse para celebrar el contrato, sobre el archivo del documento electrónico en que se formalice el contrato y si este va a ser accesible, además de identificar la lengua en la que se formalizará el contrato.

Además, el empresario ha de tener en cuenta que las ofertas o propuestas de contratación que haga solo serán válidas durante el período que fije el empresario o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio.

- El empresario velará para que el consumidor confirme expresamente, en el momento de efectuar su pedido, que es consciente de que este implica una obligación de pago. Si usa un botón o función similar, estos se identificarán con la expresión «pedido con obligación de pago» o análoga y no ambigua. Habrá de indicarse que la realización del pedido implica la obligación de pagar. Porque, en caso contrario, la persona consumidora no quedará obligada por el contrato o pedido.
- El empresario que hace una oferta está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo por algún medio que deje constancia. Así mismo, la confirmación del contrato celebrado se le hará al consumidor en un soporte duradero y en un plazo razonable después de su celebración, a más tarde antes del inicio del servicio. De esta manera se facilita al consumidor la prueba de la contratación.

3.6. Precios

3.6.1. Información sobre precios

El empresario/a informará al consumidor/a, incluso en la publicidad, sobre el precio total de la relación de servicios ofertados, indicando el precio final completo de cada uno de ellos, es decir, con inclusión y desglose de toda carga o gravamen que les afecte, de los descuentos o incrementos que correspondan y de los gastos adicionales por servicios accesorios, como pueden ser los de financiación o formas de pago especiales.

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 productos, bienes y 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; y, d) la periodicidad de los mismos.

3.6.2. 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:

- Lavandería.
- Consumiciones de minibar.
- Garaje.
- Videos.
- Peluquería.
- Gimnasio.
- Llamadas telefónicas.
- Restauración en habitaciones.
- 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.

3.7. Facturación

Los establecimientos de alojamiento turístico están obligados a expedir y entregar al cliente una factura que se emitirá de conformidad con la de normativa reguladora de la materia.

En todo caso reflejarán de manera clara:

- El desglose por días y conceptos en términos claros, de los servicios prestados.
- El nombre y apellidos o razón social, categoría y NIF o CIF del titular.
- El nombre completo del cliente y su DNI u otro documento oficial de identificación.
- Número de habitación.
- Número de personas alojadas.
- Fechas de entrada y salida.
- Fecha de la factura.
- Número de la factura y, en su caso, serie.
- Tipo impositivo aplicado y, opcionalmente, también la expresión «IVA incluido».

La expedición de las facturas podrá ser electrónica y estará condicionada a que el empresario haya obtenido previamente el consentimiento expreso de las personas consumidoras y usuarias.

3.8. 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.

3.9. Responsabilidades

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

Todo perjudicado tiene derecho a ser indemnizado por los daños o perjuicios causados por los bienes o servicios en los términos establecidos en el Libro III del TRLGDCU.

3.10. Reclamaciones y Servicio de Atención al Cliente

Habrán de haber hojas de reclamaciones y se exhibirá de modo permanente y visible al público el cartel oficial que anuncia su existencia. Se facilitarán a los consumidores/as que las soliciten cuando no haya conformidad con el servicio correspondiente, el precio cobrado o cualquier otra controversia surgida al respecto. Si no fueran entregadas, se puede solicitar la presencia de la Policía Municipal a los efectos de que haya constancia de la negativa.

Los empresarios/as que deseen adherirse a este Código pertenecen a un sector que dispone de una norma específica reguladora de las reclamaciones y de la forma en que se pueden presentar. Al respecto puede interesar al empresario saber que la hoja de reclamación de que ha de disponer se pueden descargar a través de la página web de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid. El usuario puede utilizar el modelo oficial de hoja de reclamación o a través del Punto de Acceso General/ Administración electrónica de la Comunidad de Madrid, en el espacio de Reclamaciones Turísticas.

Con independencia de esa forma de reclamar o denunciar dejando constancia ante la Administración competente, la normativa general de consumo establece como obligación esencial de cualquier prestador de servicios la de disponer de un servicio de atención al cliente que facilite información o permita la presentación de reclamaciones y quejas al consumidor, cualquiera que sea su lugar de residencia, de forma que se consiga una atención inmediata y se facilite el envío de documentos. Por esta razón, es necesario poner a disposición de estas un número de teléfono, una dirección postal completa y una dirección de correo electrónico. Si la dirección

legal no coincidiera con la habitual, se indicará aquella para facilitar la reclamación. Cuando se facilite la comunicación por teléfono, para atender en relación con un contrato realizado, el uso de la línea no puede suponer un coste superior a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho de la operadora de telecomunicaciones al cobro por este tipo de servicio.

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

Cuando una reclamación presentada directamente al empresario adherido a este Código y, por lo tanto, al Sistema Arbitral de Consumo, no haya podido ser resuelta, se informará sobre la adhesión a una entidad de acreditada como la descrita en el epígrafe 3.5.1 de este Código, en los términos allí indicados y en papel u otro soporte duradero, en el momento de contestar a la reclamación o en un máximo de un mes desde su interposición si no hay respuesta expresa.

3.11. Protección de datos

En el desarrollo de su actividad los empresarios/as del sector hotelero pueden solicitar y tratar datos de carácter personal procedentes de los clientes. Hay que tener en cuenta que una imagen tomada por una cámara de videovigilancia tiene la consideración de dato personal en la medida en que permita la identificación de una persona.

Los derechos del interesado figuran en los art. 15 a 22 del Reglamento 2016/679, de 27 de abril, de protección de datos personales (RGPD). En esta Reglamento, así como en la Ley Orgánica 3/2018 que lo desarrolla, se recogen los principios y normas en esta materia. Son principios destacados en esta materia:

- Los datos personales serán tratados de manera lícita, leal y transparente en relación con el interesado.
- Los datos personales serán recogidos con fines determinados, explícitos y legítimos y no serán tratado ulteriormente de manera incompatible con dichos fines.
- Los datos personales serán adecuados, pertinentes y limitados a lo necesario en relación con los fines para los que son tratados.
- Los datos personales serán exactos y, si fuera necesario, actualizados; se adoptarán todas las medidas razonables para que se supriman o rectifiquen sin dilación los datos personales que sean inexactos con respecto a los fines para los que se tratan.

- Los datos personales serán mantenidos de forma que se permita la identificación de los interesados durante no más tiempo del necesario para los fines del tratamiento de los datos personales.
- Los datos personales serán tratados de tal manera que se garantice una seguridad adecuada de los datos personales.
- El Principio de Responsabilidad Proactiva, que implica que el responsable del tratamiento aplique las medidas que entienda convenientes para garantizar que se cumplen con todos los principios aplicables; y poder demostrar que el tratamiento se realiza conforme a la normativa aplicable.
- El Principio de Enfoque de Riesgo, que supone valorar y cuantificar el riesgo que el tratamiento suponga para los derechos y libertades de las personas y, por lo tanto, adoptar las medidas necesarias para proteger los datos tratados, lo que puede implicar que algunas de ellas sólo se tomarán cuando el riesgo sea alto.

Asimismo, se informará de los tratamientos a los titulares de los datos, dependiendo de si los datos se recogen del propio interesado o de un tercero. La información proporcionada al público y a los interesados será transparente sobre los ejercicios de derechos que les asisten.

Se deberán adoptar las medidas técnicas y organizativas de seguridad que resulten necesarias para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo que prevé el artículo 32 del Reglamento.

Cuando el tratamiento de imágenes tiene fines de seguridad habrá de adecuarse al RGPD, de manera que, en primer lugar, hay que configurar el registro de actividades de tratamiento regulado en el Reglamento. También ha de informarse debidamente: se entenderá cumplido este deber mediante la colocación de un dispositivo informativo en lugar suficientemente visible identificando, al menos, la existencia del tratamiento, la identidad del responsable y la posibilidad de ejercitar los derechos previstos en los artículos 15 a 22 del Reglamento (UE) 2016/679. También podrá incluirse en el dispositivo informativo un código de conexión o dirección de internet a esta información.

3.12. Gestión de Residuos

Con carácter general, los residuos que generan los establecimientos hoteleros tienen la consideración de residuos comerciales. Estos residuos comerciales pueden ser no peligrosos (envases ligeros, biorresiduos, vidrio, papel y cartón) o pueden ser

peligrosos, como los que provienen de algunos aparatos eléctricos y electrónicos, las tintas de tóner o las lámparas.

Debe prevenirse la generación de residuos, reduciendo su peso, volumen y peligrosidad. Su correcta gestión implica el fomento de la preparación para su reutilización, el reciclado y otras formas de valorización. Los residuos deben gestionarse de manera separada, entregándolos:

- a un gestor autorizado o registrado, asegurándose que los residuos generados en sus instalaciones reciben un tratamiento adecuado, debiendo poder acreditar dichas operaciones documentalmente.
- o, utilizando si lo hubiere, el servicio de recogida municipal.

En todo caso las operaciones que se realicen deberán acreditarse documentalmente, concluyendo la responsabilidad del titular cuando los haya entregado en los términos previstos en las ordenanzas locales y en el resto de normativa aplicable.

Las principales medidas de gestión dentro de estos establecimientos por tipologías de residuos son las siguientes:

Envases ligeros

Envases de plástico, incluidas las bolsas de plástico, así como metálicos y bricks.

- Separación de envases en el establecimiento e introducirlos en cubos o contenedores amarillos.

Biorresiduos

Son los residuos orgánicos biodegradables de origen vegetal y/o animal, susceptibles de degradarse biológicamente.

- Deberán separarse del resto de la basura y depositarse en los contenedores grises con tapa marrón siendo recogidos por el Ayuntamiento.

La Estrategia de Prevención y Gestión de Residuos 2018-2022 del Ayuntamiento de Madrid prevé, en su Actuación nº 13, asegurar la separación de biorresiduos de grandes generadores con bajo nivel de impropios. Entre otros establecimientos, esta actuación se centrará en el seguimiento específico para los de hostelería (bares, cafeterías, restaurantes y hoteles con servicio de hostelería y restauración. Con

estos establecimientos se trabajará conjuntamente para hacer de la recogida de biorresiduos un éxito en cantidad y calidad.

Vidrio

- Separar los envases de vidrio sin tapones ni tapas metálicas e introducirlos en los contenedores verdes destinados a este fin.

Papel y cartón

- Separar los residuos de papel y cartón generados en el establecimiento entregárselos a gestor autorizado o introducirlos en cubos o contenedores azules.

Además, existen otros residuos (el aceite vegetal usado de las cocinas -que hay que almacenar en botellas o bidones, entregándoselo a un gestor autorizado-, las luminarias, los de aparatos eléctricos y electrónicos, pilas, baterías) que son recogidos por los sistemas colectivos de responsabilidad amplia de productos (SCRAP).

En estos momentos, es de especial importancia para todo establecimiento comercial la gestión de los residuos derivados de la crisis sanitaria por COVID19. Así, para los equipos de protección individual (EPI) tales como mascarillas, guantes, calzas, batas, gorros, etc., o para otros residuos, como pañuelos desechables o cualquier material, producto o utensilio desechable empleado en el servicio personal prestado al cliente, se dispondrá de medios específicos de eliminación, a través de papeleras o contenedores habilitados, debidamente identificadas, preferiblemente protegidas con tapa y accionados por pedal y dotadas con bolsas en su interior, de forma que los usuarios procedan a la deposición de estos residuos antes de abandonar el emplazamiento.

Las citadas bolsas se cerrarán y depositarán exclusivamente en el contenedor de fracción resto o en cualquier otro sistema de recogida establecido por la entidad local.

Si un trabajador en su puesto, u otro personal ajeno al mismo, presentara síntomas compatibles con COVID-19, habrá de aislarse el contenedor donde haya depositado los productos usados y extraerse la bolsa de basura, que será colocada en una segunda bolsa, cerrada y depositada en el contenedor la fracción resto.

3.13. TURISMO SOSTENIBLE. Etiqueta Ecológica Comunitaria de alojamiento turístico

Los servicios de alojamiento turístico que lo deseen podrán recibir la correspondiente “etiqueta ecológica” si cumplen los criterios ecológicos y los correspondientes requisitos de evaluación y verificación establecidos al efecto en la Decisión (UE) 2017/175, de 25 de enero. Para ello, entre otros, se han de cumplir todos y cada uno de los criterios que aparecen en la Sección A del Anexo de esta norma. Entre sus criterios de gestión general aparece, en primer lugar, un sistema de gestión medioambiental que ha de tener un plan (centrado en los aspectos relativos al consumo de agua, de energía y a la generación de residuos), un programa de acción (que recogerá objetivos ecológicos relativos a aspectos ambientales cuya consecución refiere la propia Decisión) y un proceso de evaluación interna que permita la verificación anual de los objetivos de ese programa.

Otros de los criterios de gestión general son los que se refieren a la formación de personal y a la información a los clientes. Se refieren, sobre todo, al conjunto de medidas de ahorro y reducción de recursos que los empleados han de aplicar y los clientes han de conocer.

A los clientes se les debe implicar en un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, de conformidad con los criterios, tanto obligatorios como optativos, que determina la Decisión. Esa información se facilitará activamente, de forma oral o escrita (en el área de recepción o en las habitaciones) e incluirá, además del plan anteriormente referido, medidas:

- de ahorro de energía: en relación con las luces, los sistemas de calefacción y aire acondicionado cuando los clientes salen de la habitación o se abren las ventanas,
- de ahorro de agua: en relación con la detección de fugas y la frecuencia de los cambios de sábanas y toallas,
- de reducción y separación de residuos: en relación con los artículos desechables, categorías de eliminación y material que no debe evacuarse con las aguas residuales. Además, en la sala de desayunos y comedor habrá un cartel u otro tipo de material informativo que dé consejos para reducir el desperdicio de alimentos.

También se informará sobre los medios de transporte preferibles desde el punto de vista ambiental que los clientes tienen a su disposición, así como los puntos locales de interés turístico, incluyendo guías, restaurantes, mercados y centros de artesanía locales.

Los clientes recibirán un cuestionario, a través de internet o en el alojamiento de que se trate, en el que se les pregunte su opinión respecto a los aspectos medioambientales del alojamiento turístico referidos anteriormente y su grado de satisfacción general respecto a las instalaciones y servicios del alojamiento. Se establecerá un procedimiento claro que registre las observaciones de los clientes, las quejas, las respuestas recibidas y las medidas correctoras adoptadas.

Descripción de la etiqueta ecológica comunitaria:



La etiqueta ecológica de la UE revestirá la forma siguiente:



El número de registro de la etiqueta ecológica de la UE también aparecerá, con la forma siguiente:



Existe además una etiqueta opcional con cuadro de texto:



“Este alojamiento turístico toma medidas para reducir su impacto medioambiental

- fomentando el uso de fuentes de energía renovables,
- ahorrando energía y agua,
- y reduciendo los residuos.”

4. 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:

4.1. En materia de consumo

- Aceptarán el **Sistema Arbitral de Consumo** como medio de resolución extrajudicial de los conflictos surgidos entre los consumidores/as 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. Las características esenciales de este sistema son la rapidez, simplicidad, gratuidad, voluntariedad, igualdad de partes y carácter vinculante y ejecutivo.
- El empresario anunciará en el establecimiento hotelero y en su página web la adhesión voluntaria al Sistema Arbitral de Consumo y a este Código mediante los correspondientes distintivos acreditativos.
- 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 para su consulta, ejemplares que serán facilitados por el Ayuntamiento de Madrid, al objeto de difundir el citado Código, y que son accesibles a través de la página web municipal (www.madrid.es/consumo) introduciendo en el buscador la expresión “código de buenas prácticas en el sector hotelero”.
- Asimismo, mantendrán a disposición del público, cualquier otro material divulgativo facilitado por las Administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas. 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.
- Mediante carteles u otros medios informativos efectuarán a los usuarios recomendaciones sobre la conveniencia de guardar la publicidad, ya que puede

tener carácter contractual, así como guardar los resguardos correspondientes a los pagos efectuados.

- Facilitarán las hojas de reclamaciones cuando sean solicitadas por los usuarios, ayudándoles a su cumplimentación, si fuera necesario, y también la información que se precise sobre el tratamiento de reclamaciones que aparece en el epígrafe 3.10 de este Código.
- La adhesión al código de buenas prácticas y la concesión del correspondiente símbolo de calidad requerirán la cumplimentación del protocolo de autocontrol, que recoge el enfoque esencial de la normativa y los compromisos de calidad, recomendándose la consulta previa o simultánea de los epígrafes del código a los que se refiere cada uno de sus apartados, especialmente en los casos en que se hace referencia a una gran cantidad de datos. Es necesaria su remisión al Ayuntamiento de Madrid, junto a la documentación solicitada y relativa a cada establecimiento del titular. Anualmente, al objeto de comprobar la regularidad de la adhesión, deberán remitir el protocolo y la documentación citada y correspondiente a la actividad desarrollada, ateniéndose en todo momento al seguimiento de la aplicación del código descrito en el epígrafe 7 de este código. Todo ello sin perjuicio de las actividades de inspección y control que desarrollen las Administraciones Públicas en aquellas prácticas que pudieran constituir infracción administrativa.

4.2. Prestación del servicio

- En la prestación del servicio al cliente, se tratará de fomentar el camino progresivo hacia la calidad total, evolucionando de modo permanente de acuerdo a las exigencias del mercado. Para ello se implementará una constante revisión de sus procedimientos, prestando un especial cuidado a la entrega de documentación al consumidor/a, de forma que sea prioritaria su conformidad con todos los requisitos legales y compromisos de calidad asumidos.
- Cuidarán del mantenimiento y funcionamiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, de forma que se cumplan los requisitos de calidad previstos en atención a su categoría, así como los que legítimamente pueda demandar el consumidor.
- Se atenderá sin discriminación alguna, por orden de petición del servicio, independientemente del motivo que lo origine (contratación, desistimiento, información sobre los servicios ofertados, etc.).

- Será prioritaria la elección satisfactoria de servicios por parte del cliente. Para conseguir este objetivo, con independencia de una estricta sujeción al principio de veracidad, se le ofrecerá a cada cliente una información sobre las condiciones y precio de los servicios tan completa y precisa como sea necesario. Un medio esencial para alcanzar este objetivo es el fomento de una formación especializada y constante, especialmente en el personal dedicado a la contratación.
- 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.

4.3. Formación de los empleados

- Para conseguir la satisfacción del cliente, con independencia de una estricta sujeción al principio de veracidad, se le ofrecerá a cada cliente una información sobre las condiciones y precio de los servicios tan completa y precisa como sea necesario, haciéndola extensiva a todo lo que sea preciso hasta finalizar el servicio contratado. Un medio esencial para alcanzar este objetivo es el fomento de una formación especializada y constante del personal dedicado a la contratación.
- La formación del personal atenderá, además del compromiso de calidad sobre información especificado anteriormente, a la aplicación de este Código de Buenas Prácticas. Por esta razón, el titular del personal será especialmente cuidadoso con la formación de los empleados en aquello que respecta al cumplimiento de las normas y al de los compromisos de calidad.
- El personal que atienda 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.

4.4. Protección medioambiental

- Se adoptarán prácticas ambientales correctas, tomando como referencia, entre otras, las previstas en los Manuales de Buenas Prácticas Ambientales, Trípticos y Dípticos en materia de residuos y consumo de papel, energía y agua que el Ayuntamiento de Madrid publica en su página web.

- Contribuirán a la educación ambiental de los clientes, de forma que al adoptar buenas prácticas ambientales difundirán aquellas que redunden en un consumo responsable de los bienes y servicios disponibles en el hotel.
- Colaborarán en la ejecución de medidas generales de recogida selectiva de residuos, especialmente los provenientes de los servicios de restauración que ofrezcan, para potenciar su reciclado, así como en las campañas específicas de prevención de residuos concretos desarrolle el Ayuntamiento, siendo aconsejable la consulta periódica en su página web o en las de otras Administraciones.
- Fomentarán la utilización de papel reciclado para la elaboración de catálogos y folletos publicitarios.

5. Seguimiento de la aplicación del código

Una vez que los establecimientos hayan materializado su adhesión al presente Código de Buenas Prácticas, mediante la cumplimentación de la correspondiente solicitud, los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid, procederán a valorar el grado de implantación del mismo, así como el cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad recogidos en él, en base a los datos consignados en el protocolo de autocontrol y documentación solicitada al respecto, sin perjuicio de las actividades de inspección, control y verificación, que se estimen oportunas en relación a aquellas prácticas que pudieran ser objeto de infracción administrativa.

El cumplimiento de todos los preceptos y compromisos contenidos en este Código irá ligado a la concesión del correspondiente símbolo de calidad “Buenas Prácticas”, otorgado por el Ayuntamiento de Madrid, quien podrá determinar en cualquier momento, su retirada, en el caso de detectar desviaciones con respecto al mismo.

La exhibición del símbolo de calidad por parte de aquellos establecimientos que incumplan en algún momento alguno de los aspectos, tanto legales como de calidad, contenidos en este Código, producirá la retirada del símbolo y prohibición absoluta de su utilización.

El Ayuntamiento de Madrid procederá a publicitar, a través de su página web (www.madrid.es/consumo) a aquellos establecimientos que hayan solicitado su adhesión al mismo, una vez que se haya comprobado por los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid el cumplimiento de todos los requisitos.

6. Revisión y vigencia del código

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

7. Anexo I. Definiciones

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 incorporado a los Códigos de Buenas Prácticas que facilita a los empresarios la verificación de que sus prácticas comerciales se desarrollan de acuerdo con la normativa vigente y a los compromisos de calidad contenidos en los mismos.

Contratos celebrados a distancia. Contratos electrónicos

Aquellos celebrados en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, y en el que se hayan utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato y en la propia celebración del mismo. Entre otras, tienen la consideración de técnicas de comunicación a distancia: el correo postal, Internet, el teléfono o el fax. El contrato a distancia será electrónico si 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

Documento suscrito por un empresario que declara, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos exigidos por la normativa vigente y que dispone de la documentación que lo acredita, comprometiéndose a aplicarlos durante el ejercicio de su actividad.

Hotel

Instalación destinada al alojamiento turístico, con o sin comedor y otros servicios complementarios, que ocupa 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.

Hotel-apartamento

Aquel que dispone de instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de cada unidad de alojamiento.

Soporte duradero

El que permite al consumidor y al empresario almacenar, consultar y reproducir información dirigida personalmente. Ejemplos de soporte duradero son el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos y los mensajes SMS.

8. Anexo II. Marco jurídico aplicable

ÁMBITO COMUNITARIO

- Decisión (UE) 2017/175 de la Comisión, de 25 de enero, sobre criterios de la etiqueta ecológica de la UE para el alojamiento turístico, en aplicación del Reglamento (CE) N° 66/2010 del Parlamento europeo y del Consejo, de 25 de noviembre.
- Reglamento 2016/679, de 27 de abril, de Protección de Datos de Carácter Personal.

ÁMBITO ESTATAL

- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- 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.
- 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 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Ley 34/2002, de 11 julio, reguladora de los Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico.
- Ley 11/1997, de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Ley 8/1993, de 22 de junio, de Promoción de la Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas.
- Ley 11/1998, de 9 julio, de Protección de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad de Madrid.

- Decreto 1/2010, de 14 de enero, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998.
- Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 159/2003, de 10 de julio, de Ordenación de Establecimientos Hoteleros de la Comunidad de Madrid.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid de 30 de marzo de 2011.
- Ordenanza de Limpieza de los Espacios Públicos y Gestión de Residuos.
- Instrucción 3/2002 sobre la promoción de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas.

9. Anexo III. Protocolo de autocontrol

Clasificación establecimientos hoteleros (APARTADO 3.1 DEL CBP)	SI	NO
1. En la entrada principal hay placa distintiva de grupo y categoría.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Requisitos y obligaciones de los Hoteles (APARTADOS 3.2 A 3.4 DEL CBP)		
2. Antes de contratar se informa sobre las condiciones de prestación de los servicios, incluyendo el precio, total y desglosado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Facturan los servicios de acuerdo con los precios informados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Cuidan del buen funcionamiento de las instalaciones y servicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Vigilan que el parte de entrada se firme siempre por el usuario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Conservan los libros-registro durante el plazo de tres años.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Se garantiza el uso adecuado del hotel en caso de discapacidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratos con los consumidores (APARTADO 3.5 DEL CBP)		
8. Se facilita la información obligatoria antes de contratar y, si el contrato es a distancia, se hace teniendo en cuenta el medio de comunicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Para probar la contratación: se da copia del contrato firmado, incluyendo condiciones esenciales del servicio y clausulado general; y, si el contrato es a distancia, se confirma cuanto antes en soporte duradero, de manera que la confirmación incluya la información obligatoria (si esta no se ha dado en soporte duradero antes de consentir).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. En el régimen de reservas y anulaciones consta expresamente la aceptación, por parte del cliente, de las condiciones pactadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precios (APARTADO 3.6 DEL CBP)		
11. Figura el precio total en el soporte/oferta publicitario utilizado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Hay carteles con precios máximos de alojamiento y comedor en lugar visible de recepción y, en cada habitación, de los servicios adicionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DIRECCIONES DE INTERÉS

COMUNIDAD DE MADRID

Consejería de Cultura y Turismo

Dirección General de Turismo

Calle Alcalá, 26 (entrada por calle Cedaceros, 1) - 2ª Planta

28014 Madrid

Tel: 91 720 66 94 - 91 720 80 02

www.comunidad.madrid

SISTEMA COMUNITARIO DE ECOGESTIÓN Y ECOAUDITORÍA (EMAS)

Organismo competente para la solicitud, tramitación y registro:

COMUNIDAD DE MADRID

**Consejería de Medio Ambiente, Ordenación
del Territorio y Sostenibilidad**

Dirección General de Sostenibilidad y Cambio Climático

Área de Control Integrado de la Contaminación

Calle Alcalá, 16

28014 Madrid

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

www.comunidad.madrid

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Secretaría de Estado de Medio Ambiente

Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental

Plaza de San Juan de la Cruz, s/n

28003 Madrid

Teléfonos: 91 597 65 77 y 91 597 65 78

Fax: 91 597 59 81

Correo electrónico: informacionma@miteco.es

www.miteco.gob.es

Página EMAS de la Comisión Europea

https://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 de Medio Ambiente, Ordenación
del Territorio y Sostenibilidad**

Dirección General de Sostenibilidad y Cambio Climático

Área de Control Integrado de la Contaminación

Calle Alcalá, 16

28014 Madrid

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

www.comunidad.madrid

Página Etiqueta ecológica de la Comisión Europea

www.ecolabel.eu

[https://ec.europa.eu/environment/archives/ecolabel/pdf/triptyque/
versiona_es.pdf](https://ec.europa.eu/environment/archives/ecolabel/pdf/triptyque/versiona_es.pdf)

