



hs

**CÓDIGO
DE BUENAS PRÁCTICAS**
en el sector de
hostales



MADRID!

Presentación

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

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

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

El distintivo “Buenas Prácticas”, que concede el Ayuntamiento de Madrid, es símbolo de garantía para los consumidores y elemento diferenciador entre las empresas.

Quiero expresar mi agradecimiento a todos los que han intervenido en la realización de este trabajo en equipo, especialmente a la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid, a las organizaciones empresariales y a las asociaciones de consumidores.

José Javier Barbero Gutiérrez

Delegado del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias

Introducción	5
1. Objetivo del código	6
2. Ámbito de aplicación	7
3. Requisitos legales aplicables al sector.....	8
3.1 Clasificación de los establecimientos hoteleros: Hostales	8
3.2 Declaración Responsable. Registro de Empresas y Entidades Turísticas	9
3.3 Obligaciones y requisitos de los hostales	9
3.3.1 Obligaciones de los hostales	9
3.3.2 Libro Registro	10
3.3.3 Derecho de admisión	10
3.3.4 Otros requisitos generales	11
3.4 Derechos y deberes de los usuarios turísticos.....	12
3.4.1 Derechos de los usuarios turísticos	12
3.4.2 Deberes de los usuarios turísticos	12
3.5 Contratos con consumidores y usuarios.....	13
3.5.1 Información previa al contrato	13
3.5.2 Condiciones generales de contratación. Cláusulas abusivas	14
3.5.3 Formalización del contrato.....	15
3.5.4 Contratación de servicios por vía electrónica.....	16
3.6 Precios	18
3.6.1 Régimen de precios	18
3.7 Facturación	19
3.8 Publicidad	20
3.9 Reclamaciones y servicio de atención al cliente.....	21
3.10 Responsabilidad.....	22
3.11 Protección de datos	22

4. Compromisos de actuación	24
4.1 Cumplimiento y promoción del código de buenas prácticas.....	24
4.2 Prestación del servicio.....	25
4.3 Formación de los empleados.....	26
4.4 Generales	26
4.5 Protección medioambiental	26
5. Seguimiento en la aplicación del código.....	28
6. Revisión y vigencia del código	29
Anexos.....	31
Anexo I Definiciones	31
Anexo II Marco jurídico aplicable.....	34
Anexo III Direcciones de interés	36
Protocolo de Autocontrol.....	38

Introducción

El presente Código de Buenas Prácticas en el Sector de Hostales ha sido elaborado por el Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid, en virtud del Convenio de Colaboración de fecha 25 de noviembre de 2015, firmado con la Asociación de Empresarios del Hospedaje de la Comunidad de Madrid (AEHCAM). Cuenta con el consenso de las principales asociaciones de consumidores y está aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

El presente código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación al Sector de los Hostales, 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 de Hostales y se garantizan unas correctas prácticas que redundan en una mayor protección de los derechos de los consumidores.

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

1. Objetivo del código

El presente Código de Buenas Prácticas se configura como instrumento de referencia para las empresas pertenecientes al Sector de Hostales, 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.

2. Ámbito de aplicación

El presente Código de Buenas Prácticas será aplicable a los empresarios pertenecientes al sector de hostales, 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 de Empresarios del Hospedaje de la Comunidad de Madrid (AEHCAM).

3. Requisitos legales aplicables al sector

3.1 Clasificación de los establecimientos hoteleros: Hostales

Los hostales pertenecen a un grupo de establecimientos hoteleros en el que se distinguen diferentes categorías (1, 2 o 3 estrellas) atendiendo a la calidad de las instalaciones, equipamiento y servicios prestados, de forma que se reúnan unos requisitos mínimos que dependen de cada categoría.

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.



3.2 Declaración responsable. Registro de Empresas y Entidades Turísticas

Los hostales, 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 y Entidades Turísticas, que constituye la base de datos informatizada que reúne el conjunto de inscripciones y datos concernientes a las empresas que desarrollan actividades turísticas, a efectos estadísticos, de promoción y constancia de las mismas.

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

3.3 Obligaciones y requisitos de los hostales

3.3.1 Obligaciones de los hostales

Como empresas turísticas de alojamiento los hostales 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, de la forma indicada en el epígrafe 3.6.1.
- 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, especialmente la prevista en materia de consumo para estos datos y otros de información precontractual que se detallan en el epígrafe 3.5.1.

3.3.2 Libro Registro

Los hostales 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 hoja registro que los integran.

3.3.3 Derecho de admisión

Los hostales están sujetas 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

Los hostales, 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 podrán realizarse a través de máquinas expendedoras ubicadas en los hostales que cuenten con la correspondiente autorización administrativa otorgada por el Organismo Autónomo Comisionado para el Mercado de Tabacos dependiente del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. La localización de dichas máquinas deberá permitir la vigilancia directa y permanente de su uso por parte de los empleados del hostel.

Paralelamente, en dichos locales se permitirá la venta manual de cigarros y cigarrillos provistos de capa natural, la cual excepcionalmente podrá realizarse de forma exclusiva, previa autorización del Comisionado para el Mercado de Tabacos.

3.4 Derechos y deberes de los usuarios turísticos

3.4.1 Derechos de los usuarios turísticos

Los usuarios turísticos, además 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.

3.4.2 Deberes 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 consumidores y usuarios

3.5.1 Información previa al contrato

Antes de que cualquier consumidor quede vinculado por un contrato u oferta el empresario ha de facilitarle, al menos en castellano, y de forma gratuita, una información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular las condiciones jurídicas y económicas.

Son relevantes en materia de protección al consumidor, entre otros, los datos referidos a:

- a) La identidad del empresario: nombre, razón social, nombre comercial, dirección completa y de correo electrónico, además del número de teléfono. Si el empresario actúa por cuenta de otro habrá de proporcionar los datos referidos a este.
- b) Precio total o presupuesto, en su caso, con impuestos y gastos adicionales incluidos; y desglose, si procede, de incrementos, descuentos, gastos adicionales o que se repercutan sobre el consumidor. Hay cargos por utilización de medios de pago (tarjetas de crédito o de débito), que están supeditados al previo anuncio de los mismos, con la exhibición en el escaparate de los logotipos de las tarjetas admitidas. El consumidor debe pagar la cantidad por la que está anunciando el producto o servicio, pudiendo el empresario, si así lo publicita, cobrarle al consumidor además un importe por la utilización de este medio de pago. En tarjetas de débito puede cargar un 0.1% del valor de la operación, si ésta es inferior a 20 euros y un 0.2% si es superior a esta cantidad, con un máximo de 7 céntimos por euro. Para tarjetas de crédito estos porcentajes son el 0.2% y el 0.3% respectivamente, no habiendo importe máximo establecido. Asimismo, el empresario puede fijar una cantidad mínima para admitir el pago con tarjeta, siempre que así esté anunciado en el lugar donde se exhiben los logotipos de las tarjetas admitidas.
- c) Principales características del servicio, especialmente en relación a su calidad, teniendo en cuenta los requisitos mínimos dependientes de la categoría del hostel.

- d) Descripción de condiciones jurídicas del servicio, incluyendo sus posibles limitaciones, formas y plazos de pago, fecha de realización del servicio y su duración.
- e) La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato cuando estas no sean las utilizadas al proporcionar la información previa a la contratación.
- f) Existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponder al consumidor, el plazo y la forma de ejercerlo.
- g) Procedimiento para atender las reclamaciones y, si procede, información sobre el sistema de resolución extrajudicial de conflictos. También habrá de informarse sobre la existencia de códigos de conducta dirigidos al consumidor.

3.5.2 Condiciones generales de contratación. Cláusulas abusivas

Las condiciones generales de contratación son aquellas predispuestas e impuestas por un empresario para ser incorporadas a una pluralidad de contratos.

Cuando el empresario contrata con un consumidor utilizando cláusulas que no ha negociado individualmente, deberá tener en cuenta que ha de 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 hacer referencia expresa 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 en todo caso 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.

En caso de duda sobre el sentido de una cláusula prevalecerá la interpretación más favorable para el consumidor.

3.5.3 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 aun 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.

3.5.4 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 de hostales 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, razón social, domicilio completo del empresario, fax o dirección de correo electrónico y teléfono, con objeto de comunicar con él de forma rápida y eficaz; así como los datos correspondientes al empresario por cuya cuenta actúe, si se da el caso.
- b) Número de Registro Mercantil, el de inscripción en el Registro de Empresas y Entidades Turísticas de la Comunidad de Madrid, si dispone de él, y el de identificación fiscal.
- c) Precio completo, incluidos impuestos y desglose con especificación de incrementos, descuentos, gastos adicionales (con la limitación sobre medios de pago referida en el apartado 3.5.1.) y aquellos que sean repercutibles al consumidor.
- d) Procedimiento de pago, fecha de prestación del servicio, duración del contrato, o condiciones de resolución, si proceden, y sistema de tratamiento de las reclamaciones.
- e) Lengua de formalización del contrato si no es aquella utilizada en la información precontractual.
- f) Existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponder al consumidor, condiciones de plazo, procedimiento y formulario que figura en el Anexo de la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. Si no procede este derecho hay que informar que su ejercicio no le asiste al consumidor. Hay que tener en cuenta que la ley no reconoce al consumidor

el derecho de desistimiento a los servicios turísticos de alojamiento, con inclusión de los de comidas o esparcimiento, en los casos en que tengan una fecha o periodo de ejecución específicos.

- g) Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.
- h) Las condiciones generales de contratación que utilicen los hostales, de forma que puedan ser almacenadas o reproducidas por el consumidor.

Los hostales 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 ciertas formalidades relativas a tal procedimiento:

- 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.
- d) La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

En cualquier caso, toda información previa al contrato ha de facilitarse mediante técnicas adecuadas, de forma permanente, fácil y gratuita, y también se daría por cumplida si el hostel la incluye en su página o sitio de Internet.

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.

3.6 Precios

3.6.1 Régimen de precios

Con independencia de las condiciones en que se ha de informar sobre el precio a cada consumidor que quiera contratar, hay obligaciones de publicidad de precios que han de observar los hostales.

Como todo servicio que se preste a los consumidores, cualquiera de los que ofrezca el hostel ha de indicar su precio en el lugar en que se presten u oferten, mediante carteles perfectamente visibles y legibles.

Como todo establecimiento de alojamiento turístico, el hostel tiene obligaciones específicas en la publicidad de sus precios, obligaciones que atienden principalmente al tipo de servicio y al lugar donde se ubique aquella. Por esta razón, el hostel:

- Ha de darles la máxima publicidad, cualquiera que sea su categoría, fijando los precios máximos de los servicios de alojamiento y de comedor que ofrece, de forma que se expongan al público en lugar visible en la zona de recepción.
- En cada habitación deberá existir una lista actualizada de los precios de los siguientes servicios, que se presten:
 - 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.

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.

3.7 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.

3.8 Publicidad

La publicidad realizada por los hostales, en el ejercicio de su actividad profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de sus servicios, deberá ajustarse a su naturaleza, características, utilidad o finalidad.

Toda publicidad u oferta debe respetar los principios de veracidad, objetividad y suficiencia, en el marco de la legislación general sobre publicidad, de forma que no pueda engañar o inducir a engaño sobre sus características y condiciones de contratación.

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

3.9 Reclamaciones y servicio de atención al cliente

Una obligación esencial de cualquier prestador de servicios es la de disponer de un servicio de atención al cliente que facilite información o permita la presentación de reclamaciones a un consumidor, cualquiera que sea su lugar de residencia, de forma que se consiga una atención inmediata y se facilite el envío de documentos. La atención puede ser presencial o a distancia, pero en todo caso ha de garantizarse una atención personal y directa, con los medios que sean necesarios para atender a personas con discapacidad o edad avanzada, y en todo caso dejando constancia de la queja o reclamación mediante la entrega de una clave identificativa y de un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero.

Por esta razón es necesario poner a disposición del consumidor un número de teléfono, una dirección postal completa y un número de fax o dirección de correo electrónico. Si la dirección legal no coincidiera con la habitual, se indicará aquella para facilitar la reclamación. Cuando se facilite la comunicación por teléfono, para atender al consumidor en relación con un contrato realizado, el uso de la línea no puede suponer un coste superior a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho del proveedor de servicios de telecomunicaciones al cobro por este tipo de servicio.

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

Una forma específica de facilitar la reclamación consiste en que el hostel entregue las hojas oficiales de reclamación, cuya tenencia, y anuncio visible al público mediante cartel oficial, le resultan obligatorios y puede obtener en la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid.

3.10 Responsabilidad

Los establecimientos de hostales, como prestadores de servicios que pueda contratar un consumidor, 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.

3.11 Protección de datos

Los establecimientos de hostales, 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.

La empresa debe informar de forma expresa, precisa e inequívoca, a las personas de las cuales se vaya a obtener cualquier tipo de datos personales, previamente al tratamiento de sus datos de carácter personal: sobre la existencia de un fichero o el tratamiento de los datos; de la finalidad y el destino de la información; de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos; de la posibilidad de

ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición y cómo; de la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.

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

4. Compromisos de actuación

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

4.1 Cumplimiento y promoción del código de buenas prácticas

- 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:
 - o Guardar la publicidad, ya que en todos los casos tiene carácter contractual.
 - o Solicitar los resguardos correspondientes a los pagos efectuados.

Con carácter general se implementará la correcta información al consumidor, publicitando a través de los medios que se consideren más adecuados (tablón de anuncios, folletos divulgativos, etc.) las actualizaciones normativas, noticias y publicaciones que se consideren novedosas y de interés en el sector de hostales.

4.2 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 y por orden de petición del servicio, independientemente del motivo que lo origine (contratación, desistimiento, información sobre los servicios ofertados, etc.).
- 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.
- 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.

4.3 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.

4.4 Generales

- La adhesión al código de buenas prácticas y la concesión del correspondiente símbolo de calidad requerirán la cumplimentación del protocolo de autocontrol y su remisión al Ayuntamiento de Madrid, junto a la documentación solicitada al respecto. Anualmente, al objeto de comprobar la regularidad de la adhesión, deberán remitir el protocolo y la documentación citada y correspondiente a la actividad desarrollada. En todo momento se atenderán al seguimiento de la aplicación del código descrito en el epígrafe siguiente.
- El empresario anunciará en el local la adhesión voluntaria a este código de buenas prácticas, mediante el correspondiente distintivo acreditativo, y contribuirá a su difusión, debiendo tener ejemplares del mismo a disposición del público cualquier otro material divulgativo facilitado por administraciones, asociaciones de consumidores y entidades análogas.

4.5 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 hostel.

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 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).

5. Seguimiento de la aplicación del código

Una vez que las empresas de hostales 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 que se recogen 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, el cual podrá determinar, en cualquier momento, su retirada y prohibición absoluta de su utilización en el caso de detectar desviaciones con respecto al mismo.

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo, procederá a la publicación en su página web www.madrid.es del listado de empresas adheridas a los Códigos de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo, una vez que se haya comprobado por los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid el cumplimiento de todos los requisitos.

6. Revisión y vigencia del código

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

Anexo I

Definiciones

Actividad turística de alojamiento

Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercitada 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 autoevaluación y control incorporado a los códigos de buenas prácticas que facilita a los empresarios la verificación del cumplimiento de la normativa vigente y de los compromisos de calidad del presente código.

Contratos celebrados a distancia

Son los contratos celebrados con los consumidores y usuarios en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y en el que se haya utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de celebración del contrato y en la propia celebración del mismo.

Contratos celebrados por vía electrónica o contratos electrónicos

Son los contratos celebrados a distancia con utilización de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectado 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.

Derechos ARCO

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

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

Derecho de Acceso. Es el derecho a consultar los datos personales que sobre uno mismo ha recogido el titular del fichero.

Derecho de Rectificación. Es el derecho a subsanar los datos personales propios si los datos que constan son equivocados en un fichero.

Derecho de Cancelación. Derecho a que los datos personales desaparezcan de un fichero.

Derecho de Oposición. Es el derecho reconocido al titular de los datos personales de dirigirse al responsable del fichero que contiene sus datos y exigirle la cesación en el uso de los mismos. Ej.: cuando se está realizando un uso indebido, sin consentimiento; cuando los datos personales están siendo empleados con fines publicitarios o comerciales.

Hostal

Es aquel establecimiento que, ofreciendo alojamiento en habitaciones, con o sin comedor u otros servicios complementarios, cuenta con un mínimo de 10 habitaciones y 20 plazas, y reúnen los requisitos mínimos de las pensiones. Pueden ser de 3, 2 y 1 estrellas.

Hostería (hostel)

Es aquel establecimiento que ofrece al público el servicio de alojamiento turístico con carácter temporal, en habitaciones de capacidad múltiple dotadas de camas literas de dos alturas, pudiendo contar, además, con habitaciones dobles o habitaciones individuales, y que reúne los requisitos mínimos establecidos reglamentariamente.

La de “hostería” es una modalidad de alojamiento turístico diferente de aquella que engloba a los hostales.

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.

Anexo II

Marco jurídico aplicable

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 18/2014, de 15 de octubre, de Ordenación Económica. Medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.
- Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.
- 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 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 Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Ley 50/1980, de 8 de octubre, reguladora del Contrato de Seguro.

Ámbito autonómico

- Decreto 65/2013, de 1 de agosto, por el que se regulan las hosterías (hostels) de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 11/1998 de Protección de los Consumidores y Usuarios de 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.
- Decreto 159/2003, de 10 de julio, de Ordenación de Establecimientos Hotele-ros de la Comunidad de Madrid.
- Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña.

Ámbito local

- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid (B.O.C.M. 15-04-2011).
- Ordenanza de Limpieza de Espacios Públicos y Gestión de Residuos (B.O.C.M. 24-03-2009).
- Instrucción 3/2002 del Ayuntamiento de Madrid sobre la Promoción de Accesibilidad y Supresión de Barreras Arquitectónicas.

Anexo III

Direcciones de interés

COMUNIDAD DE MADRID

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, JUSTICIA Y
PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO
Oficina de Cultura y Turismo
Dirección General de Turismo
C/ Gran Vía, 43
28013 Madrid
Telf.: 902 100 007 - 917 206 724
turismo@madrid.org

SISTEMA COMUNITARIO DE GESTIÓN Y AUDITORÍA MEDIOAMBIENTALES (EMAS)

Organismo competente para la solicitud, tramitación y registro:

COMUNIDAD DE MADRID

CONSEJERÍA DEL MEDIO AMBIENTE, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y
ORDENACIÓN DEL TERRITORIO
Dirección General del Medio Ambiente. Subdirección General
de Impacto Ambiental
Área de Control Integrado de la Contaminación
C/ Alcalá, 16. 3ª planta. 28014 Madrid
Tel.: (+34) 914 382 355. Fax: (+34) 914 382 977

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE
Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental y Medio Natural
(Organismo competente con carácter subsidiario)
Plaza San Juan de la Cruz, s/n
28071 Madrid
Telf.: (+34) 915 976 370/6 067. Fax: (+34) 915 975 931
buzon-dgcyea@magrama.es
www.magrama.gob.es

Página EMAS de la Comisión Europea
http://ec.europa.eu/enviroment/emas/index_en.htm

ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA EN ESPAÑA

Organismo competente para la solicitud, tramitación y concesión:

COMUNIDAD DE MADRID

CONSEJERÍA DEL MEDIO AMBIENTE, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO

Dirección General del Medio Ambiente. Subdirección General de Impacto Ambiental

Área de Evaluación Ambiental

C/ Alcalá, 16. 3ª planta

28014 Madrid

Tel.: (+34) 914 382 373

Fax: (+34) 914 382 982

www.madrid.org

Página Etiqueta ecológica de la Comisión Europea

http://ec.europa.eu/ambiente/ecolabel/index_en.htm

AYUNTAMIENTO DE MADRID

ÁREA DE GOBIERNO DE SALUD, SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Instituto Municipal de Consumo

C/ Príncipe de Vergara, 140. 3ª planta

28002 Madrid

Tel.: (+34) 915 888 444

www.madrid.es

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL HOSPEDAJE DE LA COMUNIDAD DE MADRID (AEHCAM)

C/ Relatores, 1. 1ª planta

28012 Madrid

Tel.: +34 914 291 925

Fax.: (+34) 914 292 331

www.aehcam.org

Clasificación de establecimientos hoteleros. Hostales

SÍ NO

APARTADO 3.1 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 8

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

Obligaciones y requisitos de los hostales

APARTADO 3.3 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 9

2. Se anuncia o informa a los usuarios, con carácter previo, sobre las condiciones de prestación de los servicios y de su precio (IVA incluido).
3. Facturan los servicios de acuerdo con los precios establecidos
4. Cuidan del buen funcionamiento y mantenimiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento
5. Los hostales conservan los libros-registro durante el plazo de tres años ...
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

Contratos con consumidores y usuarios

APARTADO 3.5 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 13

7. Se facilita información, antes de contratar, de forma clara y comprensible sobre las características esenciales del contrato
8. Se entrega al cliente un ejemplar del contrato firmado con las condiciones y servicios contratados
9. 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
10. Los contratos firmados con los consumidores, carecen de cláusulas abusivas y se ajustan a las exigencias de la buena fe negocial.....

Precios

APARTADO 3.6 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 18

11. Se indica el precio de los servicios y ofertas realizadas en soportes publicitarios y/o informativos perfectamente visibles y legibles
12. Se especifica el precio final de los servicios en el contrato, desglosando cada concepto

Protocolo de Autocontrol

Facturación

APARTADO 3.7 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 19

SÍ NO

13. Se expiden y entregan las facturas debidamente cumplimentadas
14. Se guarda la matriz o la copia de las facturas

Publicidad

APARTADO 3.8 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 20

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

Reclamaciones y servicio de atención al cliente

APARTADO 3.9 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 21

16. Tiene hojas de reclamaciones a disposición de los usuarios
17. Se anuncia convenientemente su existencia

Protección de datos

APARTADO 3.11 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 22

18. 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
19. Se solicitan a los consumidores únicamente los datos estrictamente necesarios
20. Tienen previsto algún sistema de cancelación o destrucción de datos innecesarios

Compromisos de actuación

APARTADO 4 DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS. PÁGINA 24

21. El establecimiento está adherido al Sistema Arbitral de Consumo, anunciándolo así mediante el correspondiente distintivo oficial
22. Se comprometen a exhibir la adhesión al código de buenas prácticas mediante el distintivo oficial una vez sea concedido

Series of horizontal dotted lines for taking notes.

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



www.madrid.es/consumo



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

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE HOSTALES

Una de las principales líneas estratégicas del Área de Gobierno de Salud, Seguridad y Emergencias, desarrollada a través de la Dirección General del Instituto Municipal de Consumo, es la elaboración e implantación de Códigos de Buenas Prácticas para los distintos sectores comerciales, en colaboración con las asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales.

Los Códigos de Buenas Prácticas son una referencia útil para empresarios y comerciantes del sector. Recogen los requisitos y actuaciones necesarios para que los establecimientos aumenten los niveles de calidad y seguridad que la normativa establece, a fin de satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores.



ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA Y
CONSUMIDORES-USUARIOS DE MADRID
"ASCENSION SEDERO" (AACCU)
(MIEMBRO DE CEACCU)

Hostales de Madrid
AEHCAM

Asociación de Empresarios del Hospedaje
de la Comunidad Autónoma de Madrid



E + C
EURO CONSUMO
Comunidad de Madrid



UCM
Unión de Consumidores
de Madrid



FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES INDEPENDIENTES
DE LA COMUNIDAD DE MADRID



Confederación
de Consumidores
y Usuarios de Madrid



uncu.ma
.coop
Unión de Cooperativas de Consumidores
y Usuarios de Madrid



FEDERACIÓN
NACIONAL
DE CONSUMIDORES
Y AMAS DE HOGAR
DE ESPAÑA



ADICAE MADRID
Consumidores éticos, responsables y solidarios



MADRID!