

Código de Buenas Prácticas
en el sector de

Restauración y ocio nocturno



RyON



MADRID



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 al sector de restauración y ocio nocturno, sino que recoge un extracto de esta, 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. Compromisos de buenas prácticas en la atención al consumidor 8

1.1. Autocontrol y adhesiones al Código de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo documentados	8
1.2. Publicidad	9
1.3. Información al consumidor	9
1.4. Atención al consumidor y calidad del personal a su servicio	10
1.5. Servicio de aparcacoches y guardarropa	10
1.6. Compromiso social	11

2. Requisitos legales aplicables al sector 12

2.1. Documentación	12
2.1.1. Licencias-declaración responsable-autorizaciones	12
2.1.2. Carteles identificativos	12
2.1.3. Exhibición de los distintivos de adhesión al Código de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo	12
2.2. Contratación de servicios por los usuarios	13
2.2.1. Información previa a los usuarios	13
2.2.2. Contratación por vía electrónica	13
2.2.3. Intermediarios	
(Plataformas Web de reservas y venta de cupones)	13
2.2.4. Reservas	13
2.3. Prestación de servicios al consumidor	14
2.3.1. Accesibilidad	14
2.3.2. Publicidad y comunicaciones comerciales	14

2.3.3. Información sobre características principales y calidad exigible en el servicio	14
2.3.4. Facturas y facturas simplificadas	16
2.3.5. Protección de datos personales	16
2.3.6. Página web	16
2.3.7. Residuos	17

3. Protocolo de Autocontrol 18

4. Implantación del código de Buenas Prácticas 20

5. Revisión y vigencia del código de Buenas Prácticas 21

6. Anexo I. Fundamentos legales aplicables al sector 21

6.1. Documentación	21
6.1.1. Licencias-declaración responsable-autorizaciones	21
6.1.2. Carteles identificativos	22
6.1.3. Exhibición de distintivos de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas y Sistema Arbitral de Consumo	27
6.2. Contratación de servicios por los usuarios	28
6.2.1. Información previa a los usuarios	28
6.2.2. Contratación por vía electrónica	28
6.2.3. Intermediarios	28
6.2.4. Reservas	30
6.3. Prestación de servicios a los usuarios	30
6.3.1. Accesibilidad	30
6.3.2. Publicidad y comunicaciones comerciales	32
6.3.3. Información al consumidor	34
6.3.4. Atención al consumidor y calidad del personal del establecimiento a su servicio	45
6.3.5. Facturas y facturas simplificadas	46
6.3.6. Protección de datos	47
6.3.7. Página web	49
6.3.8. Gestión de Excedentes y Residuos	51

7. Anexo II. Definiciones 54

8. Anexo III. Contratos con el consumidor 59

9. Anexo IV. Marco jurídico aplicable 62

Introducción

El presente Código de Buenas Prácticas en el Sector de Restauración y Ocio Nocturno constituye la actualización del elaborado inicialmente por el Área de Gobierno con competencias en materia de consumo del Ayuntamiento de Madrid, en virtud del convenio de colaboración firmado con diez asociaciones empresariales: las siete integradas en la Plataforma Asociaciones por el Turismo, el Ocio, la Hostelería y la Cultura de la Comunidad de Madrid [la Asociación de comerciantes triBall; la Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid “La Viña” (Hostelería Madrid); la Asociación de Empresarios de Ocio Nocturno de la Comunidad de Madrid, NOCHE MADRID (hoy Asociación de Empresarios de Ocio y Espectáculos de la Comunidad de Madrid, NOCHE MADRID); la Asociación de Empresas y Profesionales para Gays y Lesbianas, Bisexuales y Trans de Madrid y su Comunidad (AEGAL); la Asociación de Hosteleros de Malasaña (AHM); la Asociación de Ocio y Hostelería Zona Avenida del Brasil; y hoy, Asociación de Salas de Conciertos y Espectáculos de Madrid, (MADRID EN VIVO)]; la Asociación Madrileña de Empresas de Restauración (AMER); la Asociación de Comerciantes, Autónomos y Pequeñas Empresas del Barrio de las Letras y la Asociación de Hosteleros de la Plaza Mayor de Madrid y zonas aledañas, (AHPM) (hoy, Gremio de Restauradores de la Plaza Mayor y Madrid de los Austrias). Dicho código fue aprobado por el Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Cuenta con el consenso de las asociaciones anteriormente citadas, así como del resto de asociaciones de hostelería que integran el Consejo de Comercio y Hostelería de Madrid (Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE Madrid) y Asociación Empresarial de Marcas de Restauración), además de CEIM Confederación Empresarial de Madrid – CEOE, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid (Cámara de Madrid), la Asociación de Hosteleros y Comerciantes de Ponzano, la Asociación Costa Fleming, la Asociación de Restaurantes y Tabernas Centenarios de Madrid (RCM), habiendo comunicado dicha actualización a las asociaciones de consumidores y a la Dirección General de Comercio, Consumo y Servicios de la Comunidad de Madrid.

El presente código es el instrumento de referencia de las empresas del sector para fomentar el desarrollo de unas prácticas empresariales responsables mediante el autocontrol de su propia gestión.

Los establecimientos del sector que se adhieran a este Código de Buenas Prácticas se comprometen a controlar el cumplimiento de la normativa vigente y de las buenas prácticas que en él se detallan, entre las que resulta esencial la

resolución de reclamaciones a través del arbitraje de consumo. Por esta razón su compromiso alcanza también a la exhibición de los distintivos de calidad referidos a su adhesión al Código de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo.

Este Código de Buenas Prácticas que se aplica a los empresarios del sector que tengan establecimientos en el término municipal de Madrid y deseen adherirse al mismo, pertenezcan o no a las asociaciones firmantes del Convenio de Colaboración, así como a las anteriormente citadas. En todo caso **estarán incluidos** los establecimientos y actividades recogidas a continuación:

- Café-Espectáculo.
- Salas de Fiesta.
- Salas de Juventud.
- Restaurantes-Espectáculo.
- Discotecas y Salas de Baile.
- Bares Especiales.
- Cafeterías.
- Bares y Café-Bares.
- Chocolaterías, Heladerías, Salones de Té, Croissanteries, y asimilables.
- Restaurantes, Autoservicios de Restauración y asimilables, incluido el consumo a realizar fuera del establecimiento.
- Bares-Restaurantes.
- Salones de Banquetes.

Exclusiones:

No se incluirán dentro de su ámbito de aplicación:

- Los espectáculos y actividades recreativas que tengan carácter de eventuales o extraordinarios.
- La restauración social colectiva, entendida como prestación de servicios de restauración en comedores de carácter asistencial, institucional, social, laboral y en cualesquiera otros destinados a contingentes particulares y no al público en general.
- La actividad de preparación de alimentos en locales utilizados principalmente como viviendas privadas.

Asimismo, tampoco son objeto de autorregulación y autocontrol del presente Código las condiciones técnico-sanitarias, y de salubridad de la actividad y los establecimientos, así como las relativas a urbanismo o a las condiciones de seguridad y medioambientales del local, incluyendo las aplicables a contaminación acústica.

No obstante, la constancia por parte del interesado o por parte del órgano competente en materia de consumo de irregularidades administrativas detectadas por órganos con una competencia diferente, impedirá el derecho del titular a solicitar su adhesión a este Código o a disfrutar de la concedida, hasta que no sean subsanadas las deficiencias indicadas, principalmente en el caso de cierres o suspensiones de actividad. Todo ello por considerarse incompatible con una autorregulación empresarial basada en la mejora de la calidad del servicio prestado por los establecimientos del sector de restauración y ocio nocturno.

1. Compromisos de buenas prácticas en la atención al consumidor

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:

1.1. Autocontrol y adhesiones al Código de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo documentados

- El empresario realizará el autocontrol de su actividad a través de un protocolo específico, que podrá acompañar a la solicitud de adhesión al Código de Buenas Prácticas (en adelante CBP) y a la documentación mercantil correspondiente a tal actividad.
- Deberá aceptar el Sistema Arbitral de Consumo (en adelante, SAC) como medio de resolución de reclamaciones cumplimentando la correspondiente oferta pública de adhesión.

1.2. Publicidad

- Se prestará especial atención al cumplimiento de los principios de veracidad informativa, suficiencia y promoción de consumo responsable.
- Se adoptará una especial diligencia para no promocionar ni suscitar de ninguna forma a los menores el consumo de bebidas alcohólicas.

1.3. Información al consumidor

- La información que figure en las **cartas y carteles** sobre **todos los productos ofrecidos**:
 - Incluirá el precio total (con la leyenda “IVA incluido” u otra similar).
 - Se facilitará en **formatos que sean accesibles** para los consumidores vulnerables.
 - Se prestará especial atención al **tamaño de letra, interlineado y contraste** con el fondo, de forma que se facilite al máximo la lectura.
 - Reflejará la identificación y marcado de precios de **productos adicionales o suplementos por servicios realizados de forma diferente a la habitual**.
 - El establecimiento ofrecerá la posibilidad de **consumir agua no envasada de manera gratuita**.
 - Indicará la **posibilidad del acondicionamiento del producto sobrante sin coste para el consumidor**, pudiendo cobrarse los envases, en función de la política de la empresa, en el caso de que no los aporte el cliente, salvo que estos sean de plástico, en cuyo caso deberán cobrarse conforme a las indicaciones legales.
 - Deberá contener un **“menú de la casa”** o similar cuando se elaboren comidas preparadas, que incluirá pan, bebida y postre, con un precio global.

- Si se cobra por reserva se ajustará su efecto disuasorio a los principios de suficiencia informativa, naturaleza de anticipo a cuenta, realidad del daño previsible si no se cancela a tiempo, reciprocidad y disposición posterior si persiste el interés en el servicio.

1.4. Atención al consumidor y calidad del personal a su servicio

- El personal estará suficientemente formado, será atento y correcto con el consumidor, al que atenderá por orden, sin dilación, facilitando una atención preferente y gratuita para las personas con discapacidad y sus asistentes, si lo solicitan, en aquellos servicios que impliquen una espera.
- Se mantendrá actualizada la información facilitada a través de Internet o redes sociales, respetando la capacidad de libre elección de los usuarios y garantizando en todo momento la seguridad de sus pertenencias.

1.5. Servicio de aparcacoches y guardarropa

- Facilitarán resguardos con los datos de identificación suficientes para facilitar la recuperación de los bienes depositados, estando asegurados los posibles daños que pudieran originarse por la prestación de estos servicios.
- Respecto al servicio adicional de guardarropa, se podrá informar a los usuarios a través del correspondiente cartel, de los siguientes contenidos:
 - Si se trata de un depósito gratuito u oneroso, indicando en este último caso su importe.
 - Tipo de pertenencias a las que se destina, con indicación de las excluidas (animales, bultos de gran tamaño, líquidos o alimentos que puedan derramarse o causar perjuicios en otros objetos, etc.).
 - Requisitos para la devolución de los objetos depositados (presentación del tique o ficha y pago del importe, en su caso).

- Procedimiento de actuación en caso de pérdida de estos justificantes, tanto por parte del cliente (facilitará la identificación de la prenda u objeto, debiendo esperar el usuario al cierre del local para obtener su entrega) como del empresario (se intentará contactar con aquellos clientes que hayan proporcionado un número de teléfono o dirección de correo electrónico y consientan esta forma de comunicación).
- Plazo a partir del cual se extinguirá obligación de custodia por parte del titular del establecimiento, desde la recepción de los objetos depositados (un mes, dos meses, etc.), debiendo presentar el tique o ficha para solicitar su devolución.

1.6. Compromiso social

- La empresa en base a su política organizativa para la correcta gestión de excedentes en el establecimiento podrá ofrecer dichos excedentes en las debidas condiciones de higiene y de seguridad a entidades sociales^{1,3} para su recogida. Así mismo, promoverá el consumo responsable, especialmente respecto a las bebidas alcohólicas y facilitará la mediación administrativa² en los casos en que la contaminación acústica ocasionara molestias a los vecinos, teniendo en cuenta que la finalidad de este servicio queda totalmente al margen de la existencia de prohibiciones o medidas cautelares previamente establecidas por la autoridad competente.

El empresario adherido a este CBP que difunda su compromiso de cumplimiento de la “Guía de Buenas Prácticas para fomentar la sostenibilidad en el sector del ocio y los espectáculos”³, deberá facilitar copia o acceso a su contenido a cualquier consumidor que lo solicite, así como información sobre las medidas concretas que haya adoptado para hacer efectivo su cumplimiento.

¹ “Guía de buenas prácticas de higiene para el aprovechamiento de excedentes alimentarios” que han elaborado conjuntamente el Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid.

² Subdirección General de Disciplina Ambiental, adscrita a la Dirección General de Sostenibilidad y Control Ambiental del Área de Gobierno de Urbanismo, Medio Ambiente y Movilidad (sgdisciplinambiental@madrid.es); y Oficina de Mediación, adscrita a la Coordinación General de la Alcaldía (mediacion@madrid.es).

³ “Guía de Buenas Prácticas para fomentar la sostenibilidad en el sector del ocio y los espectáculos”, coordinada desde la Agencia de Seguridad y Emergencias Madrid 112 de la Comunidad de Madrid.

2. Requisitos legales aplicables al sector

2.1. Documentación

Los establecimientos de hostelería y restauración han de disponer y exhibir la documentación obligatoria que se indica a continuación.

2.1.1. Licencias-declaración responsable-autorizaciones

Deberán comunicar a la Dirección General competente en materia de Turismo, mediante declaración responsable, el inicio de su actividad, el cese de esta o cualquier modificación que afecte a la declaración inicial. Todo ello con independencia de la necesaria tramitación municipal exigible referida a cuestiones de disciplina urbanística.

2.1.2. Carteles identificativos

- A. Cartel con el Código identificativo del local.
- B. Cartel identificativo de actividad y aforo en locales, recintos y establecimientos públicos.
- C. Cartel identificativo de la existencia de Hojas de Reclamaciones.
- D. Carteles respecto al acceso de menores.
- E. Cartel de prohibición de fumar en locales cerrados.
- F. Exhibición de las condiciones del derecho de admisión.

2.1.3. Exhibición de los distintivos de adhesión al Código de Buenas Prácticas y al Sistema Arbitral de Consumo

Véase apartado 6.1.3 del Anexo I

2.2. Contratación de servicios por los usuarios

2.2.1. Información previa a los usuarios

Con carácter previo a la relación contractual el empresario facilitará toda la información que sea **necesaria y relevante** en relación con los productos y servicios ofrecidos, de forma clara, comprensible, gratuita y al menos en castellano, en formato accesible a todos los consumidores, especialmente a los vulnerables.

2.2.2. Contratación por vía electrónica

Si la contratación de servicios se realiza por vía electrónica, aparte de la información general indicada anteriormente, se proporcionará otra **específica** que figura en el Anexo III.

2.2.3. Intermediarios (Plataformas Web de reservas y venta de cupones)

Los empresarios del sector actuarán con la debida diligencia para contratar con empresas intermediarias que cumplan con lo previsto por la normativa de consumo, la de servicios de la sociedad de la información y la de servicios digitales.

El empresario deberá controlar la información que el intermediario facilite al consumidor, referente a su papel dentro de la plataforma y al reparto, si procede, de las obligaciones derivadas del contrato entre empresario y plataforma. Además, la propia información precontractual que el empresario del sector deba proporcionar, de forma clara y suficiente al consumidor, tendrá que ser facilitada previamente al intermediario, en concreto la que se refiere a las condiciones esenciales del propio servicio, el precio total y el importe de los gastos adicionales, así como la información alimentaria, especialmente la relativa a la presencia de alérgenos.

2.2.4. Reservas

Una reserva con coste asociado solo es válida si su naturaleza es la de anticipo sobre el precio, si se ha informado previamente sobre sus condiciones y si estas responden a parámetros como son: precio de los productos o servicios, plazo mínimo a partir del cual podría perderse si no cancela, reciprocidad (previendo el caso de cancelación empresarial) y realidad del daño previsible si no se cancela a tiempo.

2.3. Prestación de servicios al consumidor

2.3.1. Accesibilidad

Con independencia de las condiciones básicas de accesibilidad obligatorias según la normativa sectorial (principalmente en materia de consumo y edificación), hay otras que pueden requerir adaptaciones necesarias exigibles según el calendario presente en el RD 193/2023. Estas adaptaciones pueden moderarse efectuando los ajustes razonables que procedan teniendo en cuenta los criterios de proporcionalidad explícitos en la norma y sobre los cuales puede informar el Ayuntamiento de Madrid, a través de la Agencia de Actividades y la Oficina de Accesibilidad.

2.3.2. Publicidad y comunicaciones comerciales

La publicidad ha de ser veraz y suficiente, no debiendo inducir a error. Las comunicaciones comerciales han de estar adecuadamente identificadas y condicionadas a la previa y expresa autorización del consumidor, facilitándole siempre la posibilidad de negarse a su recepción.

Los datos mínimos que deben constar en los carteles y programas publicitarios de los espectáculos públicos, así como los derechos que recoge la normativa de espectáculos públicos en beneficio del cliente aparecen especificados en el Anexo I.

2.3.3. Información sobre características principales y calidad exigible en el servicio

- En las **cartas y listas de precios** ha de constar el precio total (IVA incluido), correspondiente a los productos y servicios ofertados, con indicación de las posibles variaciones que se puedan producir en función de la ubicación, horario u otras limitaciones. Los precios no pueden ser indeterminados (“según mercado”, por ejemplo) o responder a prestaciones ya incluidas en el producto o servicio que se oferta (por ejemplo, cobro de “cubierto”). Ha de especificarse el precio del pan que se pueda solicitar de forma separada, salvo que resulte gratuito.
- Se han de anunciar los medios de pago admitidos por el establecimiento, en efectivo o mediante tarjetas de crédito o débito y la cantidad mínima que estableciera el empresario para aceptarlas como medio de pago.

- Se respetarán los horarios de apertura y cierre por categorías de establecimientos establecidos por la normativa vigente, que aparecen expresados en el Anexo I.
- El derecho de admisión debe de anunciarse a la entrada del establecimiento y tiene como finalidad evitar comportamientos violentos o alteraciones del espectáculo o actividad o, en el caso de discapacitados, situaciones de riesgo para su persona. El acceso de animales debe prohibirse en las zonas de preparación, manipulación y almacenamiento de alimentos, pudiendo admitirse en aquellas donde solo se sirvan comidas (comedores, terrazas), siempre que se cumplan los requisitos especificados en el citado Anexo I. En estas zonas se puede prohibir el acceso de animales, debiendo anunciarlo el empresario mediante cartel visible desde el exterior del establecimiento.
- La protección de menores impone la prohibición de su entrada en ciertos establecimientos identificados en el Anexo I, así como el consumo y despacho de bebidas alcohólicas y tabaco. Excepcionalmente pueden disponerse de sesiones para menores, con las condiciones que en dicho Anexo I se indican.
- La oferta de servicios adicionales de aparcamiento y guardarropa supone la entrega de resguardos con datos de identificación suficientes para facilitar la recuperación de los bienes depositados, debiendo prever el empresario la posibilidad de que el seguro de responsabilidad civil cubra los daños causados, principalmente, en los vehículos que se le confían.
- El empresario ha de tener y anunciar en cartel oficial la existencia de hojas de reclamaciones, facilitando un Servicio de atención al cliente, accesible previo contacto personal o electrónico, donde se puedan presentar quejas, reclamaciones o solicitudes de información, con entrega de clave identificativa y justificante en soporte duradero.
- El personal dependiente del empresario mantendrá una conducta amable con el cliente, exhibirá lenguaje, comportamiento y vestimenta adecuados. El empresario ha de atender a la calidad de su establecimiento, prescrita por normas reglamentarias o reconocidas contractualmente.

2.3.4. Facturas y facturas simplificadas

El empresario ha de entregar factura o, si la venta importa un precio que no supere los 3000 euros (IVA incluido), factura simplificada correspondiente a lo que se haya consumido o disfrutado, incluidos los servicios adicionales expresamente consentidos. Los datos que han de tener estos documentos aparecen especificados en el Anexo I.

2.3.5. Protección de datos personales

El empresario ha de ajustarse a la normativa europea y española en la materia, teniendo acceso a las Guías específicas que la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) publica en su página web, una de las cuales hace referencia a la videovigilancia. Si el empresario efectúa esta última ha de avisar mediante carteles que se identifican en el Anexo I.

En relación con el tratamiento de datos personales, el empresario deberá informar a los usuarios sobre la identificación del responsable, finalidades del tratamiento y derechos que puede ejercitar, entre otros aspectos.

2.3.6. Página web

Si el empresario dispone de página web ha de publicitar el aviso legal, la política de cookies y privacidad implementadas, las condiciones generales de contratación (almacenables y reproducibles por el consumidor), la identificación y dirección web de la entidad acreditada en resolución de conflictos (por ejemplo, la Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid), así como las correspondientes a la plataforma UE de resolución de conflictos en línea.

2.3.7. Residuos

Se debe proceder a una recogida selectiva de residuos, pudiendo optar por una gestión de los mismos externa o municipal. La gestión externa de residuos supone la obligación de elegir gestores autorizados por la autoridad autonómica competente y la tenencia de documentación relativa a la valorización trazable de los mismos.

Si se opta por la gestión municipal de residuos, la colocación de los correspondientes recipientes ha de hacerse en las ubicaciones y horarios autorizados al efecto, los cuales se especifican en el Anexo I, con especial referencia a la recogida de vidrio y aceites usados.

Hay obligación de no incrementar la generación de residuos facilitando al consumidor, sin coste, la retirada de los alimentos no consumidos.

3. Protocolo de autocontrol

Compromisos de calidad (apartado 1 del Código de Buenas Prácticas)	SI	NO
1. Efectúa el autocontrol de obligaciones normativas o asumidas voluntariamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Anuncia su adhesión a CBP y SAC tanto en local como en página web.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. La publicidad promueve el ocio responsable, seguro y saludable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Si la actividad es de restauración, se ofrece “menú de la casa” o similar bajo un precio global y con inclusión de pan, vino o bebida y postre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. En las cartas, el tamaño de la letra supera los 2,5 milímetros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. En las cartas y listas figuran los precios con la leyenda “IVA incluido”, apareciendo esa mención o similar en facturas o facturas simplificadas, mostrando la identidad de lo que se anuncia y lo que se cobra.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. En las cartas y carteles figura el precio del pan, aunque sea componente de servicios como aperitivos, entrantes o similares.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. En las cartas se ofrece el consumo gratuito de agua no envasada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Figuran en cartas de forma destacada los precios de servicios adicionales; por ejemplo, suplementos por consumo en zonas o momentos no habituales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. En cartas y listas se evitan precios “según mercado” o de conceptos como “cubierto”, “servicio” o similares.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Facilita al consumidor para que pueda llevarse, sin coste adicional alguno, los alimentos que no haya consumido –salvo en los establecimientos tipo bufé libre o similares–, disponiendo para ello de envases aptos para el uso alimentario, reutilizables o fácilmente reciclables, informando previamente de ello por escrito.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Si hay aparcacoches o guardarropa se entregan resguardos con datos de identificación suficientes para que el consumidor recupere lo entregado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. El empresario se asegura de la formación del personal en el contenido de este CBP, de que atienda de forma diligente, amable y sin comprometer la libre elección del consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Requisitos legales (apartado 2 del Código de Buenas Prácticas)	SI	NO
14. Cuenta con licencia municipal o declaración responsable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Cuenta con seguro de responsabilidad civil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Anuncia carteles con código de identificación de local, identificativo de actividad, existencia de hojas de reclamaciones, restricciones de acceso de menores, prohibición de fumar y, si procede, de derecho de admisión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Facilita ayuda personalizada a la persona con discapacidad que lo solicite o atención preferente en el acceso si este supone una espera.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Se presta especial diligencia en el control y anuncio de las prohibiciones previstas por la normativa de acceso de menores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Entre los datos empresariales de las facturas simplificadas aparece la razón social, además del nombre comercial e identificación fiscal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Si hay comunicación comercial electrónica se constata la previa existencia de consentimiento expreso para recibirla.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. En contratación electrónica se envía inmediatamente confirmación de todo lo contratado en soporte duradero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Si hubiera prestación de servicio no conforme facilita la reclamación contra el intermediario que hubiere, además de asumir la propia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Se dispone de un plan de alérgenos que permita informar al consumidor de los platos o productos que hay en la carta/menú. Así mismo es obligatorio disponer de un cartel en lugar visible que indique que se dispone de dicha información.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Si hay tratamiento de datos personales se tiene presente el Reglamento (UE) 2016/679, la Ley Orgánica 3/2018 y las Guías de la AEPD.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. En caso de contar con videocámara informa sobre su presencia con cartel normalizado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. Sigue lo previsto por la Ordenanza 12/2022 en relación con la recogida separada de residuos, especialmente en la de vidrio y aceite vegetal usado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

4. Implantación del Código de Buenas Prácticas

Cuando se presente una solicitud de adhesión a este Código de Buenas Prácticas se comprobará la persistencia de deficiencias, especialmente las que hubieran motivado una sanción firme, así como la existencia de irregularidades (por ejemplo, suspensiones o cierres de actividad) detectadas por otros órganos con competencia diferente a la de consumo, pues no procederá la tramitación de la solicitud hasta que se subsane ese conjunto de deficiencias.

Una vez que los establecimientos dedicados a la restauración y/o al ocio nocturno 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 implementación del mismo, así como el cumplimiento de los requisitos legales y compromisos de calidad que se recogen en él, en base a la información obtenida, 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, especialmente la existencia de irregularidades incompatibles con una mejora de la calidad del servicio como las referidas en el párrafo anterior.

El cumplimiento de todos los preceptos y compromisos contenidos en este código de buenas prácticas irá ligado a la concesión del correspondiente símbolo “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. Dicho distintivo deberá ser exhibido en el establecimiento, así como en la página web, en su caso.

El Ayuntamiento de Madrid procederá a incluir en el listado de Empresas Adheridas y Concesionarias del Símbolo “Buenas Prácticas”, 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.

Para facilitar la implantación y la correcta aplicación del Código, las asociaciones del sector y el Ayuntamiento de Madrid podrán organizar acciones informativas y formativas dirigidas a los empresarios del sector.

5. Revisión y vigencia del Código de Buenas Prácticas

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.

6. Anexo I. Fundamentos legales aplicables al sector

6.1. Documentación

6.1.1. Licencias-declaración responsable-autorizaciones

Los establecimientos restauración y hostelería, cualquiera que sea su modalidad y categoría comunicarán a la Dirección General competente en materia de Turismo, mediante declaración responsable (utilizando el modelo normalizado disponible en la Sede electrónica de la Comunidad de Madrid (<https://sede.comunidad.madrid/comunicaciones-declaraciones/inicio-actividad-restauracion>), el inicio de su actividad, el cese de esta o cualquier modificación que afecte a la declaración inicial. Desde la presentación de la declaración responsable se podrá iniciar la actividad, siempre y cuando se cumpla el resto de la normativa de aplicación.

Esa declaración responsable, ante la autoridad autonómica en materia turística, es independiente de la municipal referida a cuestiones de disciplina urbanística.

Las declaraciones responsables que se suscriban para el inicio de una actividad deberán incorporar referencia al cumplimiento de los requisitos de accesibilidad y no discriminación de acuerdo con la normativa vigente.

Con carácter previo, se deberá tener suscrito el contrato de seguro que deberá cubrir los riesgos de incendio del local o instalación, y de responsabilidad civil por daños causados a los concurrentes o a terceros, derivados de las condiciones del local, de sus instalaciones y servicios, así como de la actividad desarrollada y del personal que preste sus servicios en el mismo.

6.1.2. Carteles identificativos

Los locales y establecimientos exhibirán los carteles identificativos exigidos por la normativa aplicable y concretamente:

A. Cartel con el **Código identificativo del local.**

El local con puerta de calle donde se realice una actividad del sector de restauración y ocio nocturno ha de tener un **código identificativo** que deberá mostrarse mediante la colocación, preferentemente en las inmediaciones de la puerta de acceso, de un cartel expedido por el Ayuntamiento de Madrid, como el que se indica a continuación, que figura en la Ordenanza Municipal por la que se regula la asignación de un cartel identificativo a los locales con puerta de calle.



El código identificativo también se podrá señalar colocando en los accesos de los locales con puerta de calle, el número, y el calificador en su caso, de la dirección vial del edificio añadiendo la letra y el número correlativo del código identificativo del local.

B. Cartel **identificativo de actividad y aforo en locales, recintos y establecimientos públicos.**

Asimismo, hay otro tipo de cartel oficial expedido por el Ayuntamiento de Madrid que identifica a los locales, recintos o establecimiento del sector, que ha de exhibirse en lugar visible, al lado de la puerta principal y reunir los siguientes datos:

- Letra identificativa de la actividad ejercida (“E” para establecimientos de ocio y diversión, “H” para hostelería y restauración).



- Aforo total y, en su caso por sectores diferenciados.
- Horario de apertura, funcionamiento y cierre del local.
- Prohibición de entrada a menores, cuando fuera procedente (por ejemplo, a menores de dieciocho años en bares especiales).
- Número de identificación del local.

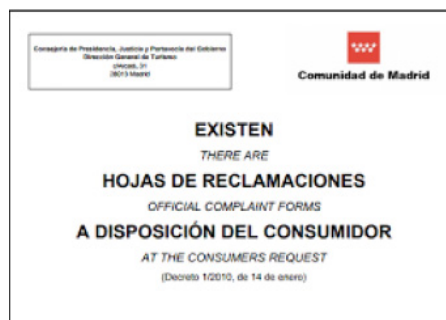
C. Cartel identificativo de la existencia de Hojas de Reclamaciones.

Los establecimientos deberán disponer de hojas de reclamaciones, sin perjuicio de que el consumidor pueda formular su reclamación de cualquier otra forma legalmente prevista. Asimismo, los establecimientos con aforo superior a 700 personas deberán disponer de hojas de reclamaciones en cada una de las puertas de acceso a los mismos.

Las hojas de reclamaciones de que disponga el empresario de un establecimiento de hostelería se ajustarán al modelo de la Dirección General de la Comunidad de Madrid competente en materia de turismo. Si en el establecimiento se disfrutan espectáculos públicos o actividades recreativas, el titular ha de disponer de un Libro de Reclamaciones (formado por hojas autocopiativas de reclamación) que será facilitado por la Dirección General de la Comunidad de Madrid competente en materia de Seguridad.

Las hojas de reclamaciones se facilitarán al consumidor de manera obligatoria y gratuita, el cual las podrá solicitar en el propio establecimiento o bien obtenerlas a través de la página web www.comunidad.madrid. También cabe la posibilidad de que el consumidor presente su reclamación vía telemática.

La existencia de hojas de reclamaciones se publicitará de forma permanente y perfectamente visible al público mediante un cartel oficial anunciando su existencia, conforme al modelo oficial que facilita la Administración competente o pueda ser descargado desde su página web por el empresario interesado.



D. Carteles respecto al acceso de menores.

Los establecimientos comerciales tienen prohibido vender, servir, regalar o permitir el consumo de bebidas alcohólicas y de tabaco a menores. Deberán exhibir, en aquellos lugares donde su visualización sea más eficaz, carteles anunciadores de esta prohibición, sin perjuicio de la mención a la prohibición de entrada que pudiera corresponder en aquellos establecimientos a los que ya se ha hecho referencia en el apartado sobre cartel identificativo.

Asimismo, está prohibido el acceso de los menores a salas de fiestas, salas de bailes, discotecas y establecimientos similares en los que se venda o facilite el consumo de bebidas alcohólicas, excepto cuando se realicen actuaciones en directo, en cuyo caso, los menores de dieciséis años deberán ir acompañados de sus progenitores o tutores, debiendo, una vez finalizado, abandonar el local.

Excepcionalmente en los casos en que los locales dispongan de sesiones especiales para mayores de catorce años, deberán contar con horarios y señalización diferenciada, sin que puedan tener continuidad ininterrumpida con aquellas sesiones en las que se produzca la venta de bebidas alcohólicas, retirándose de los locales, durante estas sesiones especiales, la exhibición y publicidad de este tipo de bebidas.

E. Cartel de Prohibición de fumar.

En bares, restaurantes y demás establecimientos de restauración cerrados, así como en espectáculos públicos que se realicen en espacios cerrados y, en general en todos los espacios cerrados de uso público está prohibido fumar, estando igualmente prohibida la publicidad o promoción del tabaco incluidas las máquinas expendedoras.

La prohibición de fumar deberá indicarse mediante cartel situado en sitio visible.

F. Exhibición de las condiciones del derecho de admisión.

En el caso de ejercer el derecho de admisión al local, las condiciones para su ejercicio deberán constar en lugar visible a la entrada de los locales, establecimientos y recintos.

Los establecimientos deberán exhibir el correspondiente cartel con las condiciones para el ejercicio del derecho de admisión en lugar visible y de fácil acceso al público.

Las empresas estarán obligadas a no discriminar a las personas usuarias por razón de raza, lugar de procedencia, sexo, discapacidad, edad, orientación sexual, religión, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social. Por discriminación por motivos de discapacidad se entenderá cualquier distinción, exclusión o restricción que tenga el propósito o el efecto de obstaculizar o dejar sin efecto el reconocimiento, goce o ejercicio, en igualdad de condiciones, de todos los derechos reconocidos a las personas usuarias.

En ningún caso el ejercicio del derecho de admisión podrá utilizarse para impedir, restringir o condicionar el acceso de ninguna persona, por motivo de o por razón de discapacidad, salvo que exista riesgo justificado para personas usuarias o trabajadoras, de acuerdo con la normativa aplicable.

El riesgo justificado por motivos de seguridad y prevención de riesgos laborales que provoque la restricción o condicionamiento de acceso deberá ser comunicado de forma comprensible y por escrito, con la identificación del prestador del servicio, a las personas usuarias afectadas que lo soliciten.

6.1.3. Exhibición de distintivos de adhesión a Códigos de Buenas Prácticas y Sistema Arbitral de Consumo

La voluntaria adhesión al código de buenas prácticas de este sector, además de suponer el cumplimiento de los requisitos legales que se aplican a cualquier establecimiento, supone el compromiso de cumplir, entre otras buenas prácticas empresariales, con carácter necesario e ineludible, con la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, cuyo distintivo será visible en el local.

El empresario anunciará en el local y exhibirá en su publicidad la adhesión voluntaria a este Código de Buenas Prácticas, mediante el correspondiente distintivo acreditativo.



6.2. Contratación de servicios por los usuarios

6.2.1. Información previa a los usuarios

Los establecimientos y empresarios de locales de restauración y ocio nocturno facilitarán a los usuarios, con carácter previo a la relación contractual, toda la información relativa a la prestación de servicios de hostelería y ocio nocturno, de forma clara, comprensible, accesible, gratuita y al menos en castellano, prestando especial atención a que las personas especialmente vulnerables tengan la asistencia necesaria para la adecuada comprensión de la información, facilitando la misma en soportes y formatos accesibles.

De esta manera, el empresario deberá facilitar al usuario previamente -salvo que resulte manifiesta por el contexto- información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato y, en especial, sobre las condiciones jurídicas y económicas. Serán **relevantes**, entre otras, las obligaciones de información sobre características esenciales del servicio, precio total (IVA incluido), identidad empresarial, forma de pago y procedimiento para atender reclamaciones, con mención a su adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, en su caso.

6.2.2. Contratación por vía electrónica

Si la contratación de servicios se realiza por vía electrónica, aparte de la información general indicada más arriba, habrá que proporcionar otra específica que figura en el Anexo III de este código de buenas prácticas.

6.2.3. Intermediarios

Plataformas Web de reservas y venta de cupones

Es lícita la tramitación de reservas, ofertas especiales, descuentos y cupones a través de plataformas web, debiendo ser conscientes que tales servicios no deberán suponer una disminución de los derechos de los usuarios y consumidores.

Si la dinámica contractual es esta, habrá un tipo de información específica que la propia plataforma ha de facilitar al usuario. El empresario del sector ha de tener en cuenta que parte de este tipo de información se refiere a su papel dentro de la plataforma y que puede afectar a su propio interés. Por esta razón es importante tener en cuenta que la plataforma ha de informar:

- Si el tercero que ofrece el servicio (el empresario del sector) tiene la condición de empresario o no, con arreglo a su declaración al proveedor del mercado en línea.
- Cuando proceda, cómo se reparten las obligaciones relacionadas con el contrato entre el empresario del sector y la plataforma, sin perjuicio de cualquier responsabilidad por el contrato que tengan en virtud de otra normativa nacional o de la Unión Europea.

Los empresarios del sector de la restauración y del ocio nocturno que acudan a la intermediación de empresas de servicios *on line*, plataformas o webs de reservas o de gestión y venta de cupones descuento o similares, deben actuar con la diligencia debida para contratar con aquellas cuyos prestadores de servicios cumplan con las obligaciones establecidas en el Texto Refundido de la Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre; en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información; y en el Reglamento (UE) 2022/2065, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre (Reglamento de Servicios Digitales).

Así, este Reglamento prevé para los prestadores de servicios intermediarios una serie de obligaciones para crear un entorno en línea transparente y seguro, tales como: designar un punto único de contacto que permita a los destinatarios del servicio (empresarios del sector) comunicarse directa y rápidamente con ellos, facilitando de forma accesible información sobre el mismo; identificar a los representantes legales, en su caso; incluir en sus condiciones generales información sobre cualquier restricción que impongan en relación con el uso de su servicio respecto de la información proporcionada por los destinatarios del servicio, informando a estos de cualquier cambio significativo en las condiciones generales, así como de las políticas y herramientas, empleadas para moderar los contenidos, y sobre las normas de procedimiento de su sistema interno de gestión de reclamaciones.

Esta conducta diligente por parte de los empresarios del sector ha de incluir la de facilitar al intermediario la información que precise para que la relativa al propio servicio subyacente de restauración u ocio nocturno llegue al consumidor de forma clara y suficiente, al menos en relación con las **condiciones esenciales** del servicio, a su precio total e importe de gastos adicionales y a la necesaria información alimentaria, especialmente la relativa a alérgenos.

El empresario del sector tiene a su favor una acción de repetición, en vía judicial, contra la empresa que le haya prestado un servicio intermediario defectuoso si el consumidor dañado reclama contra él y los derechos de este han sido reconocidos en esta vía judicial.

6.2.4. Reservas

Los establecimientos facilitarán a los usuarios con carácter previo la información relativa al sistema de reservas aplicable en el mismo, no pudiendo cobrar por la cancelación de la reserva si los usuarios no han sido informados previamente. Tampoco puede el empresario considerar que la reserva es un servicio diferente a la prestación principal, ni siquiera informando previamente podría cobrar un suplemento por reserva.

Por el contrario, una reserva con un coste asociado solo se puede efectuar válidamente en este sector si este desembolso previo se configura como un anticipo sobre el precio que ha de pagar el consumidor. Por esta razón, el empresario ha de tener en cuenta que debe proporcionar una información precontractual suficiente sobre los platos y su precio, sobre el plazo mínimo a partir del cual, si no hubiera aviso del consumidor cancelando la reserva, perdería la cantidad adelantada, debe posibilitar una reciprocidad en la fijación de la cantidad si es el empresario el que avisa al consumidor para cancelar la reserva, así como la coincidencia de la cantidad adelantada con el daño que sufriría el empresario en caso de que incumpliera el consumidor.

6.3. Prestación de servicios a los usuarios

6.3.1. Accesibilidad

La normativa general de consumo otorga una especial importancia a que la información relativa a los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios cumpla los principios de accesibilidad universal.

En virtud de esta, sin perjuicio de la legislación sectorial que en cada caso resulte de aplicación, toda la información dirigida a los consumidores y usuarios sobre los bienes y servicios ofrecidos a los mismos ha de presentarse en formatos que garanticen la accesibilidad por las personas consumidoras vulnerables.

Dicha exigencia sobre la información se refiere tanto a la ofrecida a través de la oferta comercial, como a la información precontractual y contractual, así como la relativa al diseño de los servicios de información y atención al cliente de las empresas, constituyendo una obligación empresarial que los formatos en que se presente la información garanticen la accesibilidad por las personas consumidoras vulnerables.

Un tipo de personas vulnerables es el formado por las personas con discapacidad. Existe una normativa, diferente de la de consumo, que regula las condiciones de accesibilidad de las personas con discapacidad en entornos variados, que es aplicable a los proveedores de bienes y prestadores de servicios disponibles para el público. Se trata del Real Decreto 193/2023, de 21 de marzo, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los bienes y servicios a disposición del público.

Este real decreto entró en vigor el día 23 de marzo de 2023, pero las condiciones básicas de accesibilidad que prevé para todo tipo de actividades serán exigibles siguiendo el calendario previsto en su disposición final sexta, cuya consulta por parte del empresario de este sector se hace necesaria para saber cuándo se le podrán exigir las condiciones básicas de accesibilidad indicadas, dependiendo de que los bienes y servicios de su ámbito de aplicación sean nuevos o no.

Entre estas condiciones básicas de aplicación diferida figuran algunas referidas a los servicios de hostelería y restauración, que deberán garantizar la accesibilidad a sus entornos y servicios, para lo que deberán acometerse las adaptaciones necesarias.

En el caso de que dichas adaptaciones no sean posibles, se deberán realizar los ajustes razonables que sean precisos para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad. Para determinar si un ajuste es razonable, se atenderá a los siguientes criterios de proporcionalidad:

- Los costes de la medida.
- Los efectos discriminatorios que comportaría para las personas con discapacidad que la medida no se llevara a cabo.
- Las características de la persona discapacitada, la entidad o la organización responsable de adoptar la medida, así como la carga que a esta le suponga su implantación.
- La posibilidad de obtener financiación pública u otras ayudas.

En el caso de requerirse por la autoridad competente, la no proporcionalidad deberá documentarse y argumentarse fehacientemente.

6.3.2. Publicidad y comunicaciones comerciales

La publicidad realizada por el establecimiento será veraz y suficiente.

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

Los servicios de restauración y ocio nocturno que sean objeto de una publicidad con indicación del precio deberán indicar el precio total, IVA incluido, que los consumidores deban satisfacer.

Las campañas de publicidad de los establecimientos y locales de ocio nocturno promoverán un ocio responsable, seguro, saludable y de calidad, adoptándose una especial diligencia respecto a la protección de menores frente a su exposición y consumo de alcohol y tabaco.

Cuando se utilicen fotografías para publicitar o anunciar un determinado plato o producto, éstas deben ajustarse a la realidad del producto anunciado.

Las comunicaciones comerciales, que siempre han de estar adecuadamente identificadas, que se lleven a cabo por correo electrónico o por cualquier u otro medio, estarán condicionadas a la previa autorización expresa del consumidor, lo que puede haber ocurrido en el pasado si este lo consintió así a la hora de contratar, o al aceptar *cookies* presentes en una página web.

En cualquier caso, se ha de facilitar, preferentemente por escrito, la posibilidad de negarse en cualquier momento a recibir este tipo de comunicaciones.

Publicidad de espectáculos públicos y actividades recreativas

Los carteles y programas publicitarios para la celebración de espectáculos públicos y actividades recreativas deberán reflejar con claridad suficiente sus contenidos y las condiciones en las que se desarrollará.

En todos los carteles habrá de consignarse al menos los datos siguientes:

- La denominación de la clase de espectáculo o actividad a desarrollar.
- En su caso, el título de las obras y los nombres de los autores.
- El nombre artístico de las personas que vayan a actuar.
- Fechas y horarios de las actuaciones o representaciones previas.
- Los precios de las diversas clases de localidades y entradas que permitan el acceso a los locales donde se celebren los espectáculos y actividades recreativas.
- Las condiciones, en su caso, del abono de localidades para una serie de actuaciones o representaciones previstas.
- La denominación social y domicilio de la empresa u organizador de los espectáculos o actividades recreativas.

Los asistentes a los espectáculos y actividades recreativas tienen derecho a:

- Que dichos eventos se desarrollen en su integridad, según el modo y condiciones en que hayan sido anunciados.
- La devolución total o parcial del importe abonado por las localidades, en el supuesto de que el espectáculo o actividad recreativa sea suspendido o modificado sustancialmente, salvo en aquellos supuestos en que la suspensión o modificación se produjera una vez comenzado el espectáculo o actividad recreativa y fuera por causa de fuerza mayor.
- Será abusiva la cláusula que implique que no existe el mencionado derecho a la devolución.

Cuando haya una modificación sustancial del espectáculo, previamente publicitada, el consumidor tendrá derecho a la devolución de la entrada antes del comienzo del espectáculo.

6.3.3. Información al consumidor

A. Cartas y Listas

El titular del establecimiento del sector ha de anunciar los servicios que presta, dando la máxima publicidad a los precios ofertados. La forma usual de proporcionar esta información en los establecimientos de restauración es a través de cartas o listas de precios, de forma que el consumidor pueda comprobar que el empresario cumple con la obligación de cobrar solamente lo que esté previamente publicitado.

En las cartas o listas, y en general en cualquier información o anuncio de precios, se ha de indicar éstos de forma global, haciendo constar tal extremo mediante la locución “IVA incluido” u otra similar y de todos los cargos por **servicios adicionales**.

Los establecimientos dispondrán de una lista o carta de precios que informará del importe final (IVA incluido), de todos los productos y servicios que se comercialicen en el local, indicando si existe diferencia en dicho importe cuando el consumo se realice en mesa, barra o terraza. Igualmente se indicará en las cartas y en lugares visibles del establecimiento si existen limitaciones de consumo en función de productos, horarios y ubicación.

No es aceptable una indeterminación del precio de aquellos productos sujetos a fuertes fluctuaciones en su cotización, como la leyenda “según mercado” (s/m), al incumplir la obligación de dar la máxima publicidad a los precios de los servicios prestados sin que el consumidor necesite preguntar por el de cualquiera de los que se anuncia.

No cabe una indicación de conceptos facturables que se puedan entender incluidos en otros servicios publicitados, no pudiéndose utilizar ni cobrar conceptos tales como “servicio”, “cubiertos” u otros parecidos. Así, no se ha de incluir el concepto de “cubierto” como prestación dentro de un servicio más amplio (por ejemplo: “Pan y cubierto”, o similar) del que forma parte y que ya es retribuido a través de los bienes o productos ofrecidos.

Si el titular ofrece como entrante o aperitivo un conjunto de productos, entre los cuales se encuentra el pan, tendrá que indicar aparte y por separado el precio del pan, indicando si este se cobra por unidad de venta o por consumidor.

Es importante que, si se va a cobrar por este conjunto, el consumidor entienda que solo ha de pagar si lo consume, pues en otra circunstancia (si no lo solicita o no se informa de su composición y precio colocándolo en la carta donde

figuran las características del servicio antes de presentarle el “aperitivo o entrante”) hay que suponer que es un servicio gratuito.

En los casos en que existan platos fuera de carta, el precio de estos deberá facilitarse a los usuarios. Tratándose de productos cuyo precio sea “Según Mercado”, se deberá facilitar el mismo.

Se facilitará siempre por escrito, en las cartas y carteles que se utilicen para publicitar los productos, información sobre alérgenos, aunque se utilice también otras formas de hacerla visible y accesible. El titular puede cumplir este requisito accediendo a la “Guía para la gestión de alérgenos en el comercio minorista y el sector de la restauración” del Ayuntamiento de Madrid y la Comunidad de Madrid (<http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM020264.pdf>).

Cualquier información voluntaria que decida facilitar el empresario no puede ser confusa ni inducir a error. Por ejemplo, si el empresario decide añadir una indicación relativa a la cantidad de producto por ración (por ejemplo, la de gramos de una pieza de carne) tal medida ha de ser contrastable. Igualmente, el titular se someterá a los controles de calidad de las bebidas que se le demanden.

Se informará de la **posibilidad de consumir agua no envasada de manera gratuita**, así como de la **posibilidad del acondicionamiento** de los alimentos que no hayan sido consumidos y abonados, sin coste adicional alguno.

Asimismo, los establecimientos cuyo acceso requiera la adquisición de una entrada o medio similar, deberán disponer de un cartel en el que conste el precio del acceso y si el mismo incluye o no el suministro de un producto o la prestación de algún otro servicio complementario (consumición, guardarropa, etc.) En todo caso, el precio indicado deberá ser completo.

La información sobre todos los productos y servicios que ofrezcan los establecimientos del sector deberá presentarse en **formatos accesibles** para los consumidores vulnerables.

Un requisito de accesibilidad en las cartas será el **tamaño de la letra**: igual o superior a los 2.5 milímetros, y el espacio entre líneas no sea inferior a los 1.15 milímetros. Tampoco se entenderá cumplido este requisito si un insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura. El titular será especialmente diligente en la identificación y marcado de precios de **productos adicionales o suplementos por servicios realizados de forma diferente a la habitual**.

Si el consumidor solicitara o el empresario ofreciera algún producto o servicio **no indicado en las cartas o carteles, se informará sobre su precio antes** de que el consumidor consienta el servicio.

En lugares de especial incidencia turística, el cliente dispondrá de la carta de precios al menos en castellano e inglés y se exhibirá en lugar visible tanto en el interior como en el exterior del local.

B. Medios de pago

Los medios de pago admitidos por los establecimientos se anunciarán tanto en la puerta del establecimiento como en la carta, siendo posible el establecimiento de excepciones o limitaciones a su uso basadas, por ejemplo, en un importe mínimo a partir del cual se podrán utilizar.

Cuando el pago se efectúe en efectivo se dispondrá de cambio suficiente para su devolución al cliente.

El empresario ha de tener en cuenta que la legislación general de consumo no le permite facturar, por el uso de determinados medios de pago, cargos que superen el coste que ha soportado al ofrecer tales medios al consumidor, correspondiendo al empresario tanto la prueba del importe soportado como la existencia de información precontractual al respecto, además de su obligación de obtener consentimiento expreso del consumidor para todo pago adicional a la remuneración contractual principal.

C. Horarios

Los locales respetarán los horarios de actividad establecidos en la normativa vigente.

Normas generales

Las resoluciones administrativas que autoricen espectáculos públicos y actividades recreativas especificarán, en el marco de la Orden de 21 de abril de 2022, del Consejero de Presidencia, Justicia e Interior, por la que se establece el régimen relativo a los horarios de los locales de espectáculos públicos y actividades recreativas, así como de otros establecimientos abiertos al público, tanto el horario de inicio como el de finalización de la actividad que contemplan, así como un período de tiempo de desalojo en función del aforo del local o recinto.

Los horarios establecidos por la normativa aplicables tienen la consideración de horarios máximos, por lo que en ningún caso podrán ser rebasados o excedidos, entendiéndose como horario de apertura el momento a partir del cual se permitirá el acceso de los usuarios al local o establecimiento.

Se encenderán todas las luces desde la hora del cierre, quedando abiertas las puertas de entrada y de salida, para que pueda desalojarse el local. A partir de ese momento no se permitirá el acceso a ningún cliente y no se expedirá consumición alguna, procediéndose igualmente a quedar fuera de funcionamiento la ambientación musical, las máquinas y demás apartados de juego, videojuegos o similares, apagándose las señales luminosas del exterior del local y cesar las actuaciones que se celebren, con independencia de las tareas propias de recogida y limpieza que se realicen por parte del personal de los establecimientos.

El plazo máximo para el desalojo del local será de 30 minutos, salvo para los locales con aforo autorizado de 300 personas o más, en cuyo caso el plazo podrá alcanzar los 45 minutos, sin perjuicio de las tareas de recogida y limpieza por parte del personal de este.

En todo caso, entre el horario de cierre y la subsiguiente apertura deberá transcurrir un periodo mínimo de 6 horas.

Horarios de apertura y cierre

Los locales de espectáculos y actividades recreativas deberán estar abiertos y, en su caso, debidamente alumbrados al menos quince minutos antes de que den comienzo sus actividades.

Los recintos e instalaciones de espectáculos deberán estar abiertos al público con la antelación siguiente:

- Locales con aforo de hasta 1.000 personas: apertura de puertas 45 minutos antes.
- Locales con aforo de entre 1.000 y 5.000 personas: apertura de puertas una hora antes.
- Locales con aforo de entre 5.001 y 25.000 personas: apertura de puertas 1 hora y media antes.
- Locales con aforo para más de 25.000 personas: apertura de puertas 2 horas antes.

El horario de funcionamiento de la terraza en ningún caso puede ser superior al autorizado para el establecimiento principal.

Horarios de apertura y cierre por categorías

Locales de espectáculos públicos:

- Café-espectáculo: desde las 13:00 horas hasta las 5:30 horas.
- Salas de fiesta: desde las 13:00 horas hasta las 5:30 horas.
- Restaurantes-espectáculo: desde las 13:00 horas hasta las 5:30 horas.

Locales de actividades recreativas:

- Discotecas, salas de baile y asimilables: desde las 17:00 horas hasta las 5:30 horas.
- Salas de juventud: desde las 17:00 horas hasta las 22:00 horas.

Otros establecimientos abiertos al público:

- Bares especiales: Bares de copas con o sin actuaciones musicales en directo: desde las 12:00 horas hasta las 3:00 horas.
- Tabernas y bodegas: desde las 10:00 horas hasta las 2:00 horas.
- Cafeterías, bares, café-bares y asimilables: desde las 6:00 horas hasta las 2:00 horas.
- Heladerías, chocolaterías, *croissanterías*, salones de té y asimilables: desde las 8:00 horas hasta las 1:00 horas.
- Restaurantes, autoservicios de restauración y otros asimilables: desde las 10:00 horas hasta las 2:00 horas.
- Salones de banquetes: desde las 10:00 horas hasta las 3:00 horas.
- Las discotecas y salas de baile que dispongan de servicio de restauración en su licencia de funcionamiento podrán ofrecer dicho servicio a partir de las 12:00 horas.

Hay supuestos especiales de horario que conllevan la ampliación de la hora de cierre en media hora más. Tienen lugar sobre los horarios anteriormente previstos para las actividades que se inicien los viernes, sábados y vísperas de festivo, así como en el horario de verano, es decir, el periodo comprendido entre el 1 de julio y el 30 de septiembre.

Otros supuestos especiales que pueden suponer la ampliación del horario de cierre en dos horas se refieren a la celebración de las fiestas patronales del Ayuntamiento de Madrid, a las fiestas nacionales con implantación en la Comunidad de Madrid, a las fiestas navideñas de Nochebuena, Fin de Año y Reyes Magos y a la celebración de actividades de interés general declaradas por el Ayuntamiento de Madrid.

Son fiestas patronales las establecidas oficialmente por el Ayuntamiento en su término municipal, entendiéndose que son actividades de interés general las establecidas oficialmente por el Ayuntamiento en su término municipal, cuando tengan especial impacto en la vida del municipio, por razones culturales, sociales o económicas, en especial por su incidencia en la actividad de los sectores productivos o de servicios y en la creación de empleo.

En relación con el **horario de terrazas** es preciso tener en cuenta que:

- Las terrazas son instalaciones al aire libre, anexos o accesorios a establecimientos de cafetería, bares, restaurantes y asimilables, practicándose en ellas la misma actividad que la del establecimiento del que dependen.
- Los horarios de apertura se ajustarán a los siguientes requisitos:
 - Del 1 de noviembre al 15 de marzo, ambos inclusive: desde las 8:00 horas hasta la 1:00 horas o el propio de apertura del establecimiento del que son anexas o accesorias, para el supuesto de que éste deba abrir con posterioridad a las 8:00 horas o el propio del cierre del establecimiento para el supuesto de que este deba cerrar con antelación a la 1:00 horas.
 - Del 16 de marzo al 31 de octubre, ambos inclusive, desde las 8:00 horas hasta la 1:30 horas, o el propio de apertura del establecimiento del que son anexas o accesorias, para el supuesto de que deba abrir con posterioridad a las 8:00 horas o al propio cierre del establecimiento en caso de que este deba cerrar con antelación a las 1:30 horas.

En todo caso, los horarios de apertura y cierre de los locales y establecimientos se entenderán sin perjuicio de lo regulado por la legislación laboral, respecto del horario y jornada laboral de los trabajadores.

D. Derecho de admisión y acceso de animales domésticos

Podrán ejercer el derecho de admisión los titulares de establecimientos y los organizadores de espectáculos o actividades recreativas o las personas en quienes deleguen.

Este derecho tiene por finalidad impedir el acceso de personas que se comporten de manera violenta, que puedan producir molestias al público o usuarios o puedan alterar el normal desarrollo del espectáculo o actividad.

Se prohíbe el acceso a los establecimientos, espectáculos públicos y actividades recreativas portando prendas o símbolos que inciten a la violencia, el racismo y la xenofobia.

En cualquier caso, el ejercicio de este derecho no podrá utilizarse para restringir el acceso de forma arbitraria o discriminatoria ni situar al usuario en condiciones de inferioridad, indefensión o agravio comparativo, ni para restringir, impedir o condicionar el acceso de nadie por motivos de discapacidad.

Así, los titulares del sector respetarán las normas relativas a la accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, ajustándose a lo previsto por la normativa específica para personas con discapacidad, según el calendario establecido en la Disposición final sexta del RD 193/2023, existiendo la posibilidad de incorporar medidas, ahora y hasta que sean obligatorias normativamente, como compromisos de calidad con el objetivo de favorecer el acceso de este tipo de personas vulnerables.

Si el establecimiento dispone de personal de control de acceso, éste deberá estar en posesión del correspondiente certificado acreditativo en vigor emitido por la Academia de Policía Local de la Comunidad de Madrid, además de la obligación de llevar de forma visible y permanente un distintivo que le identifique y le acredite como tal.

El personal podrá recabar la ayuda de los agentes de la autoridad para expulsar de sus establecimientos, si fuere necesario, a las personas que incumplan las normas usuales de convivencia social o las que pretendan entrar con una finalidad evidentemente distinta de la propia, del disfrute pacífico del servicio.

La prohibición de acceso de animales a un establecimiento de restauración depende, especialmente, del tipo de zonas que se distingan en este.

De esta manera, el empresario deberá prohibir el acceso de cualquier animal a las zonas donde se preparen, manipulen o almacenen alimentos, pudiendo prohibirlo a otras zonas de uso exclusivo del personal de los establecimientos.

En las zonas del establecimiento de restauración donde únicamente se sirvan alimentos (tales como comedores, terrazas, exterior de las barras, etc.), el operador del establecimiento podrá permitir el acceso de animales de compañía que no constituyan un riesgo para las personas, otros animales y las cosas, siempre que se cumplan los siguientes requisitos, sin perjuicio de otra normativa que resulte de aplicación:

- Informar a los dueños o responsables de los animales de los requisitos de acceso.
- Los animales deberán estar sujetos por una correa, transportín o controlados por otros medios.
- Los animales deberán presentar un comportamiento y estado de higiene adecuados.
- Se evitará que los animales entren en contacto con el equipo y útiles del local, el personal, superficies de mesas y barra debiendo, en los casos en que ocurra, limpiar y desinfectar las zonas afectadas con útiles de limpieza de uso exclusivo para tales fines.
- Se les podrá dar de comer o beber utilizando, en todo caso, útiles expresamente diseñados para la alimentación de animales.

No obstante, el empresario podrá prohibir la entrada de animales a las zonas indicadas si así lo decide, salvo en el caso de los perros de asistencia y los de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, en el cumplimiento de sus funciones y bajo la supervisión de su responsable.

En caso de no admitir la entrada y estancia de animales deberá informar de esta circunstancia, mediante un cartel visible desde el exterior del establecimiento, así mismo se deberá informar mediante un cartel si se permite la entrada de animales domésticos.

E. Menores

Los establecimientos de ocio y restauración garantizarán la protección del menor, respetando las condiciones de acceso establecidas en la normativa vigente.

Los menores tienen prohibida la entrada o participación en los establecimientos donde se desarrollen actividades o espectáculos violentos, pornográficos o con otros contenidos que atenten al correcto desarrollo de su personalidad, así como en bingos, casinos, locales de juegos de suerte, envite o azar, excepto el acceso a los locales de apuestas deportivo-benéficas y del Estado o combates de boxeo.

Está prohibida, la entrada y permanencia de los menores de dieciocho años en bares especiales, así como en salas de fiestas, de baile, discotecas y establecimientos similares en los que se venda o facilite el consumo de bebidas alcohólicas, excepto cuando se realicen actuaciones en directo, en cuyo caso los menores de dieciséis años deberán ir acompañados de sus progenitores o tutores.

La publicidad empleada por los establecimientos, espectáculos y actividades recreativas a los que tenga acceso el menor no podrá utilizar ninguna forma de promoción que incite de manera directa o indirecta al consumo de bebidas alcohólicas y tabaco, y en particular mediante la promesa de regalos, bonificaciones o cualquier otra ventaja de análoga naturaleza.

Los establecimientos comerciales tienen prohibido vender, servir, regalar o permitir el consumo de bebidas alcohólicas y de tabaco a menores. Deberán exhibir, en aquellos lugares donde su visualización sea más eficaz, carteles anunciadores de esta prohibición.

Los mayores de catorce años podrán entrar en salas de juventud, establecimientos que no pueden destinarse a otra actividad y donde está prohibido expedir y exhibir bebidas alcohólicas y tabaco a los asistentes.

Sesiones para menores

Excepcionalmente, las salas de fiestas, de baile, discotecas y similares podrán disponer de sesiones especiales para mayores de catorce años, con horarios y señalización diferenciada, sin que puedan tener continuidad ininterrumpida con aquellas sesiones para mayores de dieciocho años en las que se produzca la venta de bebidas alcohólicas. Deberán pasar dos horas desde el cierre de la sesión para menores y el inicio de la sesión para adultos.

Durante la sesión para menores deberá retirarse de los locales la exhibición y publicidad de bebidas alcohólicas.

Los jóvenes que accedan a las sesiones para menores no podrán consumir en el interior ni alcohol ni tabaco ni cualquier otro producto o sustancia prohibida, debiendo, en su caso, los titulares, encargados, o responsables de los establecimientos proceder a su expulsión inmediata.

F. Servicios complementarios: aparcacoches y guardarropa

En el **servicio de aparcacoches**, son obligaciones del personal el correcto estacionamiento y conducción, así como la custodia de las llaves, además de la entrega de resguardo al consumidor con los datos del establecimiento, matrícula del vehículo, fecha y hora de entrega de este.

Dicho resguardo se deberá presentar para recoger el vehículo. En caso de pérdida, se admitirá cualquier prueba de la titularidad del vehículo. Una vez entregado este a su titular, el aparcacoches hará constar la hora de entrega y el titular del vehículo firmará la copia que obra en poder del aparcacoches.

El establecimiento tendrá a disposición de los usuarios/as que lo soliciten la identificación de la empresa que ofrece este servicio o de aquella que contrata al conductor-aparcacoches que presta este servicio, de la compañía aseguradora de los daños que se puedan sufrir como consecuencia de este servicio y de los datos del conductor-aparcacoches necesarios para hacer efectiva la reclamación de indemnización que proceda.

En el **servicio de guardarropa**, con carácter general, en caso de pérdida y/o daños en la prenda u objeto depositado en el servicio de guardarropa, responderá el titular del establecimiento de éstos, salvo caso fortuito y fuerza mayor. Ha de entregarse un resguardo o ficha identificativa al consumidor que utilice este servicio.

En caso de pérdida del resguardo o ficha identificativa por el consumidor, se deberá probar la propiedad de la prenda u objeto depositado y no se le entregará prenda alguna hasta que, o bien se hayan devuelto todas las prendas u objetos depositados en el guardarropa o se vaya a proceder al cierre del local.

La empresa responderá por los daños y perjuicios causados a sus clientes, habiendo de tener en cuenta la obligación de contratar un seguro de responsabilidad civil.

G. Hojas de reclamaciones y servicio de atención al cliente

Los titulares de establecimientos deberán disponer de hojas de reclamaciones y exhibir el cartel oficial anunciando su existencia a disposición del cliente.

Las hojas de reclamaciones se facilitarán siempre a petición del consumidor. Con carácter previo a su entrega, el titular o empleado del local deberá cumplimentar debidamente el recuadro correspondiente a la identificación del establecimiento y del prestador del servicio.

El titular o empleado del establecimiento o dependencia consignará, en su caso, en el apartado correspondiente, las alegaciones que considere pertinentes y procederá a firmar y sellar el juego de hojas de reclamaciones y a su entrega al consumidor.

En los casos en que se niegue la entrada al establecimiento a un consumidor en ejercicio del derecho de admisión y éste las solicite, se procederá a su entrega, indicando al cumplimentarla el motivo por el que se denegó el acceso al local.

Ambas partes, reclamante y reclamado, deberán firmar la hoja de reclamaciones. La firma por parte del reclamado no implica el reconocimiento de los hechos que en ella se exponen.

Cualquier empresario del sector, como prestador de servicios, está obligado a facilitar un servicio de atención al cliente que sea accesible, mediante atención presencial o a distancia, utilizando un servicio telefónico o electrónico. Si el consumidor decide presentar una queja o reclamación a través del servicio de atención al cliente, el empresario debe entregarle una clave identificativa y un justificante, por escrito o en cualquier otro soporte duradero.

Si la atención al cliente se presta por medio de una línea telefónica, el uso de esta no podrá suponer para el consumidor un coste superior a la tarifa básica, aunque el proveedor de servicios de telecomunicación pueda cobrar por este tipo de llamada.

Hay que dar respuesta a la mayor brevedad a la reclamación formulada y, en todo caso, antes de **un mes** desde que se efectuó. Si no se resuelve satisfactoriamente la reclamación ha de facilitarse al consumidor el sistema extrajudicial de conflictos que proceda. En el caso de los adheridos al código de buenas prácticas de este sector habrá que indicar y facilitar el acceso al Sistema Arbitral de Consumo.

6.3.4. Atención al consumidor y calidad del personal del establecimiento a su servicio

El personal del establecimiento deberá mantener en todo momento un aseo personal apropiado y un trato amable y profesional con los clientes de los establecimientos.

La amabilidad en el trato, la corrección en el lenguaje y en cualquier forma de comportamiento con el consumidor es considerada como un derecho del consumidor según la legislación turística y, por lo tanto, como una obligación del personal del establecimiento.

El respeto de normas de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas, también son obligación a cargo del titular del establecimiento.

La ejecución de un servicio de calidad, atendiendo a la categoría del establecimiento, a los términos contratados y a lo dispuesto por las reglamentaciones correspondientes, es una obligación administrativa impuesta por la normativa sectorial, tanto turística como de espectáculos públicos y actividades recreativas.

Se ha de fomentar 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.

Cuando el establecimiento habilite un canal de comunicación con sus clientes a través de Internet o de las redes sociales y reciba por esta vía reclamaciones de los consumidores/as, deberá contestarse por la misma vía.

Se eliminarán los perfiles en redes sociales y las páginas web en desuso. Se realizará un seguimiento de los principales portales web turísticos o gastronómicos, para evaluar el nivel de satisfacción de los clientes con el establecimiento y, caso de ser necesario, adoptar las medidas oportunas para corregir aquellos aspectos menos valorados por los clientes.

El personal del establecimiento respetará la libre elección de los clientes, tanto en sus pedidos como en la selección del local, evitando interferir en sus decisiones al invitarles a acceder al interior del establecimiento.

En los aseos es recomendable la exhibición del chequeo de las últimas limpiezas efectuadas y la previsión de las próximas para información del usuario/a.

6.3.5. Facturas y facturas simplificadas

Los establecimientos entregarán a sus clientes la factura o tique acreditativo (factura simplificada) del importe satisfecho por la consumición realizada, sin que el cumplimiento de esta obligación suponga un coste adicional para el consumidor.

Los empresarios están obligados a expedir y entregar, en el momento de la prestación del servicio, factura u otros justificantes, así como a conservar copia o matriz. Se podrá entregar factura simplificada en los casos en el que el importe del servicio no sea superior los 3000 euros IVA incluido.

La factura o tique ha de tener estos datos:

- Número y, en su caso, serie correlativa que le corresponda.
- Fechas de transacción, que suelen coincidir con la de expedición del documento en el sector.
- Número de identificación fiscal y datos identificativos del empresario, incluida su dirección.
- Concepto por el que se abona el precio.
- Tipo impositivo aplicable y, opcionalmente, también, la expresión “IVA INCLUIDO”.
- Precio total.

En las facturas y en las facturas simplificadas no se ha de incorporar ningún servicio adicional que no haya sido expresamente consentido por el consumidor.

6.3.6. Protección de datos

Las empresas de ocio y hostelería garantizarán el cumplimiento de la normativa nacional y europea sobre protección de datos en todo lo relativo a gestión, custodia y eliminación de datos de tipo personal que dispongan como consecuencia de la relación con sus clientes.

Así, los titulares de establecimientos 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 Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de datos (Reglamento general de protección de datos).

Se deberá informar a los usuarios sobre todo lo relativo al tratamiento de sus datos personales, desde el momento mismo en que se recaban y, concretamente:

- La completa identificación del responsable de los datos personales y, en su caso del Delegado de Protección de Datos si lo tuviera designado.
- Qué datos de los usuarios se van a tratar, las finalidades del tratamiento, la base jurídica o de legitimación para su tratamiento y el plazo durante el cual se van a tratar o conservar los datos personales, así como los posibles destinatarios de los datos y, en su caso, las transferencias internacionales de datos o la existencia de decisiones automatizadas.
- La posibilidad que tiene el usuario en todo caso de ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, portabilidad y oposición al tratamiento de sus datos. En este sentido se indicará expresamente los medios accesibles y gratuitos para el ejercicio de tales derechos.
- El derecho a revocar, en su caso, el consentimiento previamente prestado.

- Información sobre si la comunicación de datos es requisito legal o contractual, o un requisito necesario para suscribir un contrato, y si el interesado está obligado a facilitar los datos personales. En tales casos, posibles consecuencias de no facilitar tales datos.
- El derecho a presentar reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

El cumplimiento de la obligación de información es un requisito ineludible que deberá ser cumplido desde el momento mismo de la recepción de los datos personales mediante su incorporación a documentos de reserva, contratos y cualquier otra documentación existente entre el establecimiento y el usuario.

El empresario deberá adoptar las medidas técnicas y organizativas necesarias para la adecuada protección de los datos que trata y del resto de obligaciones establecidas en la normativa de protección de datos, en función de la tipología de los datos personales a los que tiene acceso.

Si el establecimiento dispone de cámaras de videovigilancia con motivos de seguridad deberá informar de las mismas a través del correspondiente distintivo informativo en lugar suficientemente visible y, como mínimo, en los accesos a las zonas vigiladas ya sean interiores o exteriores. En caso de que el espacio videovigilado disponga de varios accesos deberá disponerse de dicho distintivo de zona videovigilada en cada uno de ellos. Identificando, al menos, la existencia del tratamiento, la identidad del responsable y la posibilidad de ejercitar los derechos previstos en los art. 15 a 22 del Reglamento (UE) 2016/679 y el resto de la información que debe facilitarse a los afectados en cumplimiento de la normativa de protección de datos. El distintivo informativo es el establecido por la Agencia Española de Protección de Datos:



Para aplicar la normativa de protección de datos en su establecimiento, el titular tiene a su disposición documentos y herramientas digitales elaboradas por la Agencia Española de Protección de Datos (www.aepd.es). Es recomendable la consulta periódica (ante la eventualidad de que sufran modificaciones) de las siguientes guías:

- “FACILITA RGPD”, que es una aplicación gratuita especialmente ideada para empresas que tratan datos que suponen un escaso riesgo, como son los de clientes, proveedores y personal.
- “Canal del DPD”, que es un canal del Delegado de Protección de Datos que tiene como finalidad atender las consultas planteadas ante la AEPD por los Delegados de Protección de Datos, tanto del sector público como del privado.
- “Comunica-Brecha RGPD”, con esta herramienta un responsable de tratamiento puede obtener una valoración que le asista en la toma de decisiones sobre la obligación de comunicar a los afectados por una brecha de seguridad de los datos personales.
- “Gestiona EIPD”, que es un asistente para el análisis de riesgo y evaluación del impacto en protección de datos. “Guía para la gestión y notificación de brechas de seguridad”.
- “Guía para el cumplimiento del deber de informar”.

6.3.7. Página web

Los establecimientos que dispongan de página web cumplirán en todo caso con los requisitos legales de las mismas y especialmente con las obligaciones de información que exige la normativa vigente, en condiciones accesibles para las personas con discapacidad y que alcanzará en todo caso a los siguientes aspectos:

- **Información general (comúnmente denominado aviso legal)** accesible para los usuarios de forma permanente, fácil, directa y gratuita y relativa a:
 - Su nombre o denominación social de la empresa; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección

de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.

- Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil en el que, en su caso, se encuentren inscritos o de aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad.
- En el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.
- El número de identificación fiscal que le corresponda.
- Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.
- Identificación y dirección web de la entidad acreditada de resolución de conflictos (Junta Arbitral del Ayuntamiento de Madrid), así como las correspondiente a la plataforma UE de resolución de conflictos en línea.
- **Información sobre dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos (comúnmente denominada Política de cookies):** esta información deberá explicar que son las cookies, para qué se utilizan, duración, quién las instala y cómo se puede consentir o no su instalación.
- **Información sobre el tratamiento de datos personales (Política de privacidad):** a través de la cual se facilitará a todos los usuarios de la web la información relativa al tratamiento de sus datos personales mencionada en el apartado 3.6 con especial atención a que esta información sea accesible para las personas con discapacidad.
- Asimismo, para el caso de que a través de la página web del establecimiento se permita la realización de reservas o la contratación de servicios, la página deberá disponer de **información las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario.**

6.3.8. Gestión de Excedentes y Residuos

Con el fin de fomentar la correcta gestión de excedentes y la reducción del desperdicio alimentario, las empresas de hostelería tendrán la obligación de facilitar al consumidor para que pueda llevarse, sin coste adicional alguno, los alimentos que no haya consumido –salvo en los establecimientos tipo bufé libre o similares-. Para ello deberán disponer de envases aptos para el uso alimentario, que sean reutilizables o fácilmente reciclables.

El establecimiento indicará la posibilidad del acondicionamiento del producto sobrante sin coste para el consumidor, pudiendo cobrarse los envases, en función de la política de la empresa, en el caso de que no los aporte el cliente, salvo que estos sean de plástico, en cuyo caso deberán cobrarse conforme a las indicaciones legales.

Se admitirá que la clientela aporte sus propios recipientes, siendo en este caso de aplicación lo establecido en los apartados 2 y 3 del art.18 del Real Decreto 1021/2022, de 13 de diciembre de higiene producción y comercialización en establecimientos de comercio al por menor, relativos a la responsabilidad del cliente que aporte un envase para acondicionar el excedente alimentario y a la obligación del titular de advertir al respecto. Para los envases o recipientes alimentarios de plástico de un solo uso deberá tenerse en cuenta las disposiciones previstas en el título V de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para la economía circular, en especial las relativas a la necesidad de reducir su consumo de cara a cumplir los objetivos del art. 55.1 de dicha ley y a la obligación de su cobro, teniendo en cuenta que este precepto remite al Anexo IV de la Ley, en el que se incluyen los productos de plástico de un solo uso.

Esta obligación de cobro se asocia a la de fomento del uso de alternativas reutilizables o de otro material no plástico y, desde del 1 de enero de 2023, se traduce en la obligación de cobrar un precio por cada uno de los productos de plástico de un solo uso que se entreguen al consumidor que haya solicitado el acondicionamiento de la comida no consumida y abonada, sin que haya aportado sus propios envases, informando previamente sobre este importe en cartas y carteles y diferenciando su importe en la factura o factura simplificada (ticket de compra) que se entregue al consumidor.

Los establecimientos cumplirán la normativa municipal en materia de sostenibilidad, medio ambiente y gestión de residuos.

Se puede optar por la gestión externa de los expresados residuos o por la gestión municipal, debiendo en ambos casos cumplir en todo caso con la obligación de recogida y tratamiento selectivo. Si se opta por la gestión externa hay

obligación de elegir gestores autorizados por la autoridad autonómica competente. En ese caso se deberá acreditar la valorización o eliminación de los residuos, siendo necesario que aporten los documentos emitidos por los gestores encargados, que determinen de forma clara e inequívoca su total trazabilidad.

La colocación de los recipientes de residuos generales no podrá hacerse antes de una hora del paso del vehículo recolector, si la recogida se efectúa durante el día, o antes de las veintidós horas si la misma es nocturna. Una vez vaciados los recipientes se retirarán del espacio público en un plazo máximo de treinta minutos, en el caso de que la recogida se realice durante el día, o antes de las ocho de la mañana si la recogida se efectúa durante la noche, a excepción de los correspondientes a establecimientos comerciales, servicios de restauración y bares, que pueden ser retirados en el momento de la apertura, y, en todo caso, antes de las nueve de la mañana.

Hay previsiones en la Ordenanza 12/2022, de 20 de diciembre, de Limpieza de los Espacios Públicos, Gestión de Residuos y Economía Circular que regulan la separación, depósito y recogida de algunos residuos específicos. Algunas de estas previsiones que resultan usuales y de especial relevancia en el sector son las siguientes:

Separación, depósito y recogida de vidrio

- Los envases de vidrio deberán depositarse en el interior de los contenedores municipales normalizados destinados a esta fracción de residuos.
- Los envases de vidrio se deberán depositar sin bolsas, evitando la presencia de tapones y tapas de cualquier tipo, que deberán depositarse en los cubos o contenedores de la fracción que les corresponda, según su naturaleza.
- Queda prohibido el depósito de envases de vidrio en los contenedores ubicados en el espacio público, entre las 22:30 horas y las 08:00 horas, todos los días de la semana.

Separación, depósito y recogida de aceite vegetal usado de procedencia doméstica.

- La recogida de aceite vegetal usado se efectuará a través de los sistemas establecidos en cada momento por el Ayuntamiento: recogida en el espacio público, en comunidades de vecinos o a través del sistema de puntos limpios.
- Las personas usuarias introducirán dicho residuo en envases de plástico debidamente cerrados, de tal forma que se evite su vertido al exterior, y los depositarán en los cubos o contenedores normalizados, identificados a tal fin, o bien en los puntos limpios.
- Está prohibido verter aceites vegetales usados por los desagües de las viviendas o por los sistemas de recogida de aguas pluviales en el espacio público.
- Los establecimientos de hostelería, restauración, comedores o entidades que generen este tipo de residuo están obligados a disponer de recipientes adecuados para su depósito y entregarlos a un gestor debidamente autorizado por el órgano autonómico competente, estando obligados los productores del residuo a conservar la documentación que acredite la correcta gestión de estos residuos de cara a los controles que pudiera efectuar la inspección municipal.

7. Anexo II. Definiciones

Accesibilidad universal

La condición de los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos, instrumentos, herramientas y dispositivos para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible; incluyendo la cognitiva, que permite la fácil comprensión, comunicación e interacción a todas las personas. La accesibilidad cognitiva se despliega y hace efectiva a través de la lectura fácil, sistemas alternativos y aumentativos de comunicación, pictogramas y otros medios humanos y tecnológicos disponibles para tal fin. Presupone la estrategia de «diseño universal o diseño para todas las personas», y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

Autocontrol

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

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 y usuario, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato.

Atendiendo a este criterio genérico, la normativa contempla diferentes tipos de cláusulas abusivas: por vincular el contrato a la voluntad del empresario, por limitar los derechos básicos del consumidor, por falta de reciprocidad, por desproporción o inversión de la carga de la prueba en contra del consumidor, en materia de garantías; o por circunstancias relativas a la forma de perfeccionar y ejecutar el contrato y, en fin, cláusulas abusivas sobre competencia y derecho aplicable.

Código de conducta

El acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos.

Condiciones generales de contratación

Cláusulas predispuestas por el empresario, que impone su incorporación a una pluralidad de contratos.

La utilización de cláusulas no negociadas individualmente con los usuarios deberá estar basada en la buena fe y las mismas han de ser concretas, claras, sencillas y de fácil comprensión, con un tamaño de letra no inferior a los 2.5 milímetros, ser accesibles y legibles, de tal forma que permitan al usuario el conocimiento sobre su existencia y contenido con carácter previo al contrato. Si esta cláusulas estuvieran contenidas en otros documentos, deberá hacerse expresa referencia a las mismas en los contratos y facilitar el acceso a los mismos.

Consumidor vulnerable

Personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.

Declaración responsable

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 de los titulares de los datos personales

Son los derechos personalísimos reconocidos por la legislación vigente en materia de protección de datos y que el responsable del establecimiento ha de cumplir cuando sean ejercidos por el titular de los datos personales. (Derechos de acceso, rectificación, cancelación, oposición, portabilidad, olvido o supresión y limitación).

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

Derecho de Acceso. Es el derecho del titular de los datos a obtener información sobre si sus datos de carácter personal están siendo objeto de tratamiento, la finalidad del tratamiento, en su caso y la información disponible sobre el origen de dichos datos y las comunicaciones realizadas o previstas de los mismos.

Derecho de Rectificación. Es el derecho del afectado a que se supriman los datos que resulten inadecuados o excesivos.

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 que no se lleve a cabo el tratamiento de sus datos de carácter personal o se cese en el mismo en los supuestos en que: (i) no sea necesario el consentimiento para su tratamiento; (ii) se trate de un tratamiento para prospección comercial (iii) tengan como finalidad adoptar decisiones referidas al interesado y basadas únicamente en la automatización de sus datos.

Derecho de portabilidad. Derecho del titular de los datos a que el responsable los transmita a otro responsable o al mismo titular mediante un formato estructurado de uso habitual y lectura mecánica cuando el tratamiento se efectúa por medios automatizados.

Derecho al olvido o supresión. Consistente en el derecho que tiene el titular de los datos a que el responsable del tratamiento suprima los datos personales del titular en los siguientes casos: (I) cuando los datos ya no son necesarios para cumplir la finalidad para la que fueron recabados, (II) cuando el interesado retire su consentimiento; (III) cuando el interesado se oponga al tratamiento y no existan otros motivos legítimos para llevarlo a cabo; (IV) cuando los datos se hayan tratado de forma ilícita; (V) cuando los datos deban ser suprimidos

para el cumplimiento de una obligación legal incluida en las normativas de los Estados Miembros de la UE.

Derecho a la limitación: Es aquel que faculta al titular de los datos personales para solicitar al responsable de su tratamiento su conservación si: (I) el tratamiento es ilícito y el titular se ha opuesto a la supresión de sus datos, solicitando en su lugar la limitación de su uso; (II) el responsable ya no necesita los datos personales para los fines del tratamiento, pues el interesado los necesita para la formulación, el ejercicio o la defensa de reclamaciones.

Desperdicio alimentario

Producto descartado de la cadena alimentaria que sigue siendo perfectamente comestible y adecuado para el consumo humano o animal y que, a falta de posibles usos alternativos, termina desechado como residuo.

Horario de apertura

El momento a partir del cual se permite el acceso de los usuarios al local o establecimiento.

Horario de cierre

El momento a partir del cual no se permitirá el acceso de ningún cliente al local o establecimiento y no se expenderá consumición alguna.

Persona consumidora o usuaria

Las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión, así como las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

Personas con discapacidad

Personas que presenten deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, previsiblemente permanentes que, al interactuar con diversas barreras puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con los demás, así como aquellas que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33%.

Plataforma web

Servicio de alojamiento de datos en línea que, a petición de un destinatario del servicio (empresarios del sector de restauración y ocio nocturno) almacena y difunde información al público permitiendo a los consumidores celebrar contratos a distancia con estos.

Registro Empresas Turísticas

La base de datos informatizada que reúne el conjunto de inscripciones y datos concernientes a las empresas y entidades que desarrollan actividades turísticas en la Comunidad de Madrid.

Residuo

Cualquier sustancia u objeto que su poseedor deseché o tenga la intención o la obligación de desechar.

Residuos comerciales

Residuos generados por la actividad propia del comercio, al por mayor y al por menor, de los servicios de restauración y bares, de las oficinas y de los mercados, así como del resto del sector servicios.

Residuos de envase

Todo envase o material de envase del cual se desprenda su poseedor o tenga la obligación de desprenderse en virtud de las disposiciones en vigor.

Soporte duradero

Todo instrumento que permita al consumidor o usuario y al empresario almacenar información que se le haya dirigido personalmente de forma que en el futuro pueda consultarla durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros, tiene la consideración de soporte duradero, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos, así como los mensajes SMS.

8. Anexo III. Contratos con el consumidor

Formalización del contrato

La formalización del contrato será gratuita para el consumidor, conlleva la entrega de recibo justificante (factura o factura simplificada) con las condiciones esenciales de la operación, en términos coincidentes con la oferta, promoción o publicidad de los servicios y alcanzando a los pagos adicionales por servicios complementarios no previstos en el precio del servicio principal, que se deberán comunicar de manera clara y comprensible, debiendo constar el consentimiento expreso del consumidor, que también ha de constar en reservas y anulaciones.

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.

Contratación de servicios por vía electrónica o telefónica (Contratación a distancia)

Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por cualquier contrato a distancia o cualquier oferta correspondiente, el empresario le facilitará de forma individual, clara y comprensible, con especial atención en caso de tratarse de personas consumidoras vulnerables, a las que se les facilitará en formatos adecuados, accesibles y comprensibles, la siguiente información:

- Las características principales de los servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los servicios.
- La identidad del empresario, incluido su nombre comercial, así como la dirección completa del establecimiento del empresario y el número de teléfono y dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer una comunicación directa y efectiva.

- El precio total de los servicios, incluidos los impuestos y tasa, así como el valor de otros gastos adicionales.
- Los procedimientos de pago y ejecución, fecha de ejecución del servicio y tratamiento de reclamaciones.
- La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.
- El derecho de desistimiento que pudiera proceder, las condiciones y formulario para de su ejercicio. Si no cabe este derecho, por estar sujeto el servicio o evento a fechas precisas de realización, ha de informarse que no procede tal derecho.
- La existencia de códigos de conducta; por ejemplo, este CBP, así como la forma de conseguir ejemplares del mismo.
- La duración del contrato, cuando proceda, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.
- El sistema de tratamiento de las reclamaciones y la posibilidad de acudir, en su caso, a mecanismos de resolución extracontractual de conflictos.

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) y 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 sobre la Junta Arbitral 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.

Hay otros datos que han de ponerse a disposición del destinatario antes de iniciar el procedimiento de contratación, mediante técnicas adecuadas y de forma permanente, pudiendo darse por cumplida esta obligación si se incluye en la página web del empresario:

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

El empresario está obligado a remitir la confirmación de la aceptación recibida del usuario utilizando un medio que permita tener constancia de ello, utilizando papel u otro soporte duradero, y a entregar al usuario copia del contrato suscrito o confirmación.

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.

Si el empresario facilita el acceso a las reseñas de los usuarios sobre los servicios deberá haber información sobre el hecho de que garantiza, o no, que dichas reseñas publicadas han sido efectuadas por usuarios que han utilizado realmente el servicio. A tales efectos, el empresario deberá facilitar información clara a los consumidores y usuarios sobre la manera en que se procesan las reseñas.

9. Anexo IV. Marco jurídico aplicable

Con carácter general, el marco jurídico aplicable al sector de los establecimientos de restauración y ocio nocturno está compuesto por las siguientes normas, con independencia de aquellas que las complementen, desarrollen, sustituyan o modifiquen:

ÁMBITO EUROPEO

En atención a la excesiva amplitud de la denominación de gran parte de la normativa de la UE, se ha contraído a lo esencial para identificar cada disposición aplicable.

- Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales).
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 (Reglamento general de protección de datos personales).
- Reglamento (UE) 1169/2011, de 25 de octubre de 2011, sobre información alimentaria facilitada al consumidor.

ÁMBITO ESTATAL

- Ley 7/2023, de 28 de marzo, de protección de los derechos y el bienestar de los animales.
- Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para la economía circular.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de Defensa de consumidores y usuarios. Se recomienda el acceso a la versión consolidada de esta norma, habida cuenta de las numerosas modificaciones sufridas tras la primera de 2014.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas.
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad.
- Real Decreto 193/2023, de 21 de marzo, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los bienes y servicios a disposición del público.
- Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envase.
- Real Decreto 1021/2022, de 13 de diciembre, por el que se regulan determinados requisitos en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios en establecimientos de comercio al por menor.
- Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma General relativa a la información alimentaria de los alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador y de los envasados por los titulares del comercio al por menor.
- Real Decreto 1431/2003, de 21 de noviembre, por el que se establecen determinadas medidas de comercialización en el sector de los aceites de oliva y del aceite de orujo de oliva.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, que aprueba el Reglamento de facturación.

- Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el sistema arbitral de consumo.
- Instrucción 1/2006, de 8 de diciembre, sobre tratamiento de datos personales con fines de vigilancia a través de sistemas de cámaras o videocámaras.

ÁMBITO AUTONÓMICO

- Ley 1/ 2024, de 17 de abril, de Economía Circular de la Comunidad de Madrid.
- Ley 2/2012, de 12 de junio, de dinamización de la actividad comercial de Madrid.
- Ley 5/2003, de 20 de marzo, de residuos de Madrid.
- Ley 5/2002, de 27 de junio, de Drogodependencias y otros trastornos Adictivos de Madrid.
- Ley 1/1999, de 12 de marzo, de normas reguladoras de Ordenación del Turismo.
- Ley 11/1998, de 9 de julio, de protección del consumidor de Madrid.
- Ley 17/1997, de 4 de julio, de espectáculos públicos y actividades recreativas.
- Decreto 1/2010, de 14 de enero, por el que se aprueba el reglamento de protección de los consumidores de Madrid.
- Decreto 13/2007, de 15 de marzo, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento técnico de Desarrollo en Materia de promoción de la Accesibilidad y supresión de Barreras arquitectónicas.
- Decreto 184/1998, de 22 de octubre, por el que se aprueba el catálogo de espectáculos públicos, actividades recreativas, establecimientos locales e instalaciones de la Comunidad de Madrid.

- Orden de 21 de abril de 2022 del Consejo de Presidencia, Justicia e Interior, por la que se establece el régimen relativo a los horarios de los locales de espectáculos públicos y actividades recreativas, así como otros establecimientos abiertos al público.

ÁMBITO LOCAL

- Ordenanza de Protección de la Salubridad Pública en la Ciudad de Madrid (28-05-2014).
- Ordenanza 12/2022, de 20 de diciembre, de Limpieza de los Espacios Públicos, Gestión de Residuos y Economía Circular.
- Ordenanza 6/2022, de 26 de abril, de Licencias y Declaraciones Responsables del Ayuntamiento de Madrid.
- Ordenanza 1/2022, de 25 de enero, por la que se modifica la Ordenanza de Terrazas y Quioscos de Hostelería y Restauración, de 30 de julio de 2013.
- Ordenanza de Consumo de la Ciudad de Madrid, de 30 de marzo de 2011.
- Ordenanza por la que se regula la asignación de un código identificativo a los locales con puerta de calle y a las agrupaciones de locales ubicados en el término municipal de Madrid, de 28 de abril de 2010.
- Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, de 30 enero de 2009.
- Instrucción 1/2017 relativa a los criterios a adoptar en relación con la aplicación del Documento Básico DB-SUA “Seguridad de Utilización y Accesibilidad” del Código Técnico de la Edificación en materia de accesibilidad.

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.



RyON