

POLÍTICA COMERCIAL (VENTAS)

Aprobada por el Consejo de Administración de fecha 27 de febrero de 2017

I. OBJETO Y ALCANCE

El objeto de la presente Política, de carácter global, es establecer las pautas que deberán regir los procesos de contratación de carácter comercial con terceros (clientes, TTOO, operadores turísticos, etc.) de Meliá Hotels International y su Grupo, así como las pautas a respetar en nuestra relación con nuestros clientes, nuestros competidores y/o con el sector turístico.

El contenido de la presente Política se establece con carácter de mínimos, sin perjuicio de la regulación adicional y de carácter específico que pueda ser aprobada referente a la materia, y sin perjuicio de las regulaciones legales concretas que puedan resultar de aplicación en cualquiera de los países en los que la Sociedad o cualquier entidad de su Grupo pueda desarrollar actividades.

II.- MARCO DE APLICACIÓN

La presente Política se enmarca y aprueba atendiendo a los compromisos contenidos en nuestro Código Ético, en especial los asumidos frente a nuestros clientes, con el sector y con la competencia, entre otros:

- Comunicar y comercializar nuestros productos y servicios de una forma honesta y ética, evitando acciones publicitarias engañosas.
- Ejercer de forma responsable nuestro papel de empresa líder, siendo conscientes del impacto que nuestro comportamiento pueda tener en el sector.
- Contribuir con nuestro comportamiento a la protección y mejora de la reputación del sector
- Competir de forma ética en los mercados, siendo respetuosos y evitando la competencia desleal.
- Abstenernos de captar clientes o información sobre nuestros competidores a través de métodos no éticos.

III.- PRINCIPIOS RECTORES

Nuestros clientes son nuestra razón de ser y buscamos contribuir en todo momento con nuestro comportamiento al desarrollo y mantenimiento de la buena reputación del sector turístico en general, por ello, en relación con la actividad comercial, nuestros Principios rectores, se corresponderán con los siguientes:

- Dar cumplimiento a la normativa que resulte de aplicación en cada país en el que prestemos servicios y/o comercialicemos los mismos.

- Utilizar los mejores sistemas a nuestro alcance, con el fin de garantizar la protección de la información y los datos que los clientes nos confían, actuando en todo momento con la debida diligencia y responsabilidad en el tratamiento de los mismos.
- Comercializar nuestros productos y servicios de forma correcta, transparente, veraz y honesta, evitando acciones publicitarias engañosas o cualquier otra práctica que pueda inducir a confusión o engaño en el cliente.
- Impulsar la comercialización de servicios a través de nuestros canales propios, permitiendo un contacto directo con el cliente, consumidor final o profesional.
- Promover nuestros programas internos de fidelización de clientes.
- Promover una adecuada estrategia de revenue management o gestión de ingresos que maximice los ingresos del inventario hotelero disponible en cada momento.
- Mantener en todo momento a disposición de los clientes información clara referente a las características de los servicios, condiciones de contratación y precio.
- Potenciar la comercialización de nuestros productos y servicios en aquellos mercados que, en cada momento, sean definidos como estratégicos, impulsando, en caso necesario, la formalización de alianzas con Partners estratégicos.
- Facilitar a nuestros equipos la formación y desarrollo precisos para la adaptación a la evolución en la comercialización de nuestros productos, destacando la formación en herramientas de digitalización.
- Ofrecer propuestas de valor a nuestros clientes, prestando servicios de máxima calidad, utilizando la totalidad de herramientas y plataformas disponibles a nivel interno y/o externo.
- Ejercitar con responsabilidad nuestro papel de empresa líder del sector turístico, evitando la adopción de posicionamientos que pudieran perjudicar al sector y colaborando de forma activa en las actuaciones que, desarrolladas de forma conjunta, permitan la constante evolución del sector y mejora de su reputación, ya sea con carácter local, regional, nacional y/o supranacional.
- Evitar cualquier tipo de práctica que, de forma directa o indirecta, pudiera ser considerada como una actuación contraria al libre establecimiento de condiciones de contratación en los mercados en los que operemos.
- Competir de forma ética en los mercados, evitando cualquier forma de competencia desleal.
- No entablar relaciones comerciales con terceros que no compartan nuestros valores, o que incumplan con cualquier obligación legalmente establecida de forma constatable.

- No captar clientes o información sobre nuestros competidores y/o sobre la evolución del mercado a través de métodos no éticos.