



Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo. ¿Están en línea con los derechos de los consumidores?".

**Proyecto financiado por el Fondo Concursable
para Asociaciones de Consumidores,
Primer Llamado 2024.**



Temuco, Chile, noviembre de 2024.

**Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo.
¿Están en línea con los derechos de los consumidores?"**

Índice

INTRODUCCIÓN.....	4
Contexto del proyecto.	4
MARCO NORMATIVO.....	7
OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.....	8
OBJETIVO ESPECÍFICO.....	8
METODOLOGÍA.....	8
Técnica de análisis de datos e información.....	9
EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
Periodo de recolección y procesamiento de datos.....	10
Proveedores investigados.....	10
Consideraciones finales para la interpretación de los resultados.....	10
RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE PLATAFORMAS DE TURISMO.....	12
RESUMEN EJECUTIVO.....	12
PRIMERA PARTE: DETALLES DE LA INVESTIGACIÓN A LAS PLATAFORMAS DE TURISMO.....	14
Nombre del representante legal.....	14
Domicilio legal.....	14
Correos electrónicos.....	14
Números de teléfonos.....	14
Otros medios de contacto.....	14
Medio por el cual el proveedor se pondrá en contacto con el consumidor.....	14
SEGUNDA PARTE: CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA LEY DEL CONSUMIDOR.....	15
Verifique si el proveedor indica, según corresponda, la siguiente información:	16
CONCLUSIONES.....	28
RECOMENDACIONES.....	31

INTRODUCCIÓN.

Este informe corresponde a la ejecución del proyecto "Fiscalía del Consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo. ¿Están en línea con los derechos de los consumidores?", postulado por la Fiscalía del Consumidor al Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores y que obtuvo financiamiento del Primer Llamado 2024.

Este informe da cuenta de los hallazgos obtenidos tras un levantamiento de información directamente desde las páginas webs de proveedores de servicios turísticos con el objeto de verificar que cumplen con normativas expresas de la Ley de Protección de Derechos de los Consumidores, el Reglamento de Comercio Electrónico y la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal.

Contexto del proyecto.

El 24 de marzo de 2022 entró en vigencia el Reglamento de Comercio Electrónico que vino a especificar la regulación sobre una serie de aspectos relevantes en materia de compra a través de medios a distancia y utilizando medios de pago electrónicos.

La Fiscalía del Consumidor realizó una investigación sobre el cumplimiento de este reglamento en sectores importantes del mercado nacional, en un proyecto cuyos resultados se publicaron en noviembre del 2023, disponible en www.fiscaliadelconsumidor.cl.

Dado la enorme cantidad de rubros del mercado y con el fin de focalizar los recursos que se obtienen vía concurso de proyectos, para el año 2024 la asociación se propuso investigar si el Reglamento de Comercio Electrónico, la Ley del Consumidor y la Ley de Protección de Datos están siendo respetadas en el sector turístico, habida consideración que la comercialización de productos y servicios a través de Internet es un fenómeno creciente y los servicios turísticos no son la excepción.

Los proveedores de hotelería, viajes y paquetes turísticos se han aliado con bancos y otros proveedores financieros para facilitar la cotización y compra de una gran variedad de ofertas dentro y fuera de Chile. Basta un par de clicks para poder salir a cualquier parte del mundo.

Así, hoy existen varias plataformas que concentran parte muy importante de las ofertas, tales como Booking, Despegar, Airbnb, TripAdvisor, Trivago, etc.

En su gran mayoría se trata de plataformas de propiedad extranjera, lo que ya podría representar un problema para el ejercicio de los derechos de los consumidores.

Asimismo, las ofertas incorporan a diversos tipos de proveedores como hoteles, líneas aéreas, resorts, complejos turísticos y en los últimos años, se han agregado a personas naturales que ponen a disposición sus casas y departamentos, los cuales la Fiscalía Nacional Económica, FNE, denomina "alojamientos no tradicionales", a través de aplicaciones como Airbnb.

Esto último, por una parte, aumenta la posibilidad de elección, pero, también, conlleva riesgos para los usuarios y problemas de competencia desleal.

No obstante lo anterior, dado sus diversos orígenes, la configuración de las ofertas responden a los intereses y estrategias comerciales de los distintos administradores, lo que eventualmente, podría estar reñido con los derechos de los consumidores, en especial en materias de información precontractual y garantías, así como con el cumplimiento del Reglamento de Comercio Electrónico, basado en la Ley del Consumidor; y las normas sobre privacidad y seguridad de datos personales, bancarios y financieros.

Esta hipótesis se fortalece con la percepción de los consumidores y usuarios obtenida en una encuesta realizada por el Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, quienes estimaron que en un 66% "la publicidad engañosa es una de las prácticas de las empresas que más afectan.

Le sigue la no exhibición de los precios de los productos y servicios (57%) y el cobro superior al informado (51%).”

Coincidente con nuestro planteamiento, “Otro aspecto que abordó la Consulta Ciudadana fueron las problemáticas que se ven afectadas las personas consumidoras por parte de las empresas. En ese sentido, el ítem tarifas y cobros fue el más resaltado por los encuestados (65%), seguido por cláusulas y contratos (58%), y el tratamiento de datos personales y seguridad de datos en sitio web (48%).” ¹

Pero no sólo eso, la Fiscalía Nacional Económica ha detectado fallas y falencias en parte de este mercado, lo que ha vertido en el “Informe Final de su Estudio sobre el Mercado del Hospedaje” en el cual recomienda “implementar 9 medidas regulatorias, mediante la actualización y simplificación de la normativa que rige al sector, para fortalecer la competencia y fomentar el desarrollo de esta actividad.” ²

La FNE ha encontrado indicios de irregularidades al punto que “recomienda evaluar el inicio de una investigación por eventuales infracciones al Decreto Ley N°211 de 1973, relacionadas con la aplicación de cláusulas de nación más favorecida o paridad de precios en los contratos celebrados entre plataformas digitales de reservas de hospedajes y alojamientos turísticos, investigación que ya se encuentra en desarrollo.”

“Adicionalmente, el Informe analiza cómo las sugerencias de precios algorítmicos afectan significativamente los precios en el mercado de alojamientos...”

Así las cosas, resulta bastante evidente que siendo un mercado tan importante, que el 2022 obtuvo ingresos por US\$2.815 millones, es de alta conveniencia investigar si las prácticas de comercialización de las plataformas están en línea con el cumplimiento de los derechos de consumidores y usuarios y la legislación relacionada, especialmente en materia de comercio electrónico y protección de datos.

1 <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-79346.html>

2 <https://www.fne.gob.cl/fne-propone-9-medidas-regulatorias-para-fortalecer-la-competencia-en-el-mercado-del-hospedajeactualizando-y-simplificando-su-normativa/>

Equipo ejecutor del proyecto.

El proyecto es dirigido por el abogado Alejandro Pujá Campos, asesor externo de la Fiscalía del Consumidor; y contó con la participación de los investigadores Jhon Alejandro Ghisellini Sánchez e Inti Inostroza Muñoz, en la recolección de datos preliminares y en la aplicación de una lista de chequeo con preguntas que se respondieron tras la visita a las páginas de los proveedores turísticos investigados.

Asimismo, el proyecto contó con el apoyo del equipo integrado por Isis Tovar, asistente administrativa; Felipe Calderón, webmaster; Cristian Contreras, periodista; Claudio Huaiquimilla, contador; e Ignacio Mañán, diseñador gráfico.

MARCO NORMATIVO.

El presente estudio se ha realizado teniendo a la vista las siguientes normativas:

Decreto N° 6, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba el Reglamento de Comercio Electrónico, publicado el 23 de septiembre de 2021, versión única del 24 de marzo de 2022.

Texto disponible en la Biblioteca del Congreso Nacional, [haciendo click aquí](#).

Asimismo, el Reglamento de Comercio Electrónico, remite a la Ley 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores.

Texto disponible en la Biblioteca del Congreso Nacional, [haciendo click aquí](#).

Ley sobre Protección de la Vida Privada, versión del 9 de mayo de 2023.

Texto disponible en la Biblioteca del Congreso Nacional, [haciendo click aquí](#).

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.

Informar y educar a los consumidores, clientes y usuarios de las plataformas de turismo acerca de las principales características y aspectos a considerar antes de la contratación de sus servicios. Ofrecer recomendaciones de mejora de la industria y la legislación.

OBJETIVO ESPECÍFICO.

1. Recopilar la información acerca de las principales plataformas de turismo y sus ofertas y/o promociones relevantes o destacadas, para estudiarlas a la luz del Derecho de Consumo y la normativa aplicable, especialmente del Reglamento de Comercio Electrónico y la de Protección de Datos.
2. Generar un informe final con los principales hallazgos y con recomendaciones de mejora de la industria y la legislación.

METODOLOGÍA.

Recolección de datos específicos y objetivos a través de la visita de los sitios de Internet de los proveedores seleccionados.

Los investigadores almacenaron pantallazos y documentos de las páginas investigadas para eventuales revisiones posteriores.

Los proveedores seleccionados corresponden a aquellos que cumplen con alguno o ambos de los siguientes requisitos:

1. Encontrarse inscrito en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos que administra el Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR; y/o,
2. Encontrarse afiliado a algún gremio de proveedores de servicios turísticos.

Con estos criterios se logró reducir la muestra a investigar a un total de 17 empresas, de un listado original de 35.

Los datos recolectados se vinculan directamente con las obligaciones y deberes que impone el Reglamento de Comercio Electrónico, la Ley del Consumidor y la Ley sobre Protección de la Vida privada, las que fueron establecidas en una lista de chequeo elaborada por el director del proyecto.

Tras la recopilación de los datos, se asignó un punto a un criterio cumplido y cero a uno no cumplido, lo que permitió obtener una cifra que refleja el cumplimiento del proveedor respecto de las exigencias legales plasmadas en la lista de chequeo. El puntaje máximo es de 30 puntos al cual les corresponde la nota 7. A su vez, a las notas se le asignó una clasificación evaluativa con conceptos que van desde "Muy bueno, el mejor", a "Muy malo, el peor".

Finalmente, aunque el Reglamento de Comercio Electrónico y, por ende, la lista de chequeo, abordan las ofertas y las promociones, imponiendo deberes y obligaciones a los proveedores, para efectos de la puntuación y nota final NO se consideraron las promociones ni las ofertas debido a que no todos los proveedores las tenían al momento de la recolección de datos. No tener promociones u ofertas en ningún caso es una falta o incumplimiento legal.

Técnica de análisis de datos e información.

Como ya se ha dicho, la suma de puntajes obtenidos permitió determinar la nota para elaborar un ranking que va de 1 a 7.

Una mesa integrada por los miembros ejecutores de la iniciativa analizó los resultados, las muestras relevantes detectadas y levantó interpretaciones generales y específicas de los resultados.

EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El proyecto se inició oficialmente en agosto de 2024. Luego, durante poco más de un mes, los investigadores Inti Inostroza Muñoz, Jhon Alejandro Ghisellini Sánchez y el director del proyecto buscaron a proveedores de servicios turísticos, creando una nómina preliminar que contempló 35 empresas. Luego se filtraron de acuerdo a los criterios expresados en la metodología, con lo que la nómina preliminar se redujo a 17 empresas o proveedores. Sólo a estos se les aplicó la lista de chequeo.

Periodo de recolección y procesamiento de datos.

La recolección de datos, para la nómina preliminar, se realizó entre el 10 de agosto y el 10 de septiembre de 2024. La selección de las empresas a las que se aplicaría la lista de chequeo se realizó entre el 14 y 30 de septiembre de 2024. Posteriormente, se desarrolló la lista de chequeo la que se aplicó a las 17 empresas seleccionadas entre el 30 de octubre y el 8 de noviembre de 2024.

Proveedores investigados.

Los sitios de Internet, portales, plataformas de turismo revisados corresponden a Atrapalo.cl, Cocha, Chile Sur Travel, Despegar.com, Destino Chile, El Raco Experience, Go Chile, Mayuru Tours, Nattour, Panamericana Tour, Turis Tour, Turismo Pacífico, Travel Express, Turismo Esquerré, Turismo Bello Tour, Viajes Falabella y Visit Chile.

Los proveedores fueron seleccionados porque cumplen uno o los dos requisitos señalados en la metodología.

Consideraciones finales para la interpretación de los resultados.

Los resultados sólo pueden interpretarse en relación a las fechas de recolección de datos y, en ningún caso, permiten adoptar conclusiones sobre el comportamiento del mercado en general o el específico de un determinado proveedor.

Asimismo, si bien es cierto que la utilización de un criterio puede ser objetado, los utilizados para la toma de decisiones en la ejecución de las distintas fases de la investigación fueron adoptados procurando mantener objetividad y neutralidad, de modo de no afectar ni beneficiar a ninguno de los proveedores investigados.

Por último, se actuó con un criterio práctico para resolver situaciones que podrían complejizar el procesamiento de datos y la obtención de resultados.

Así, por ejemplo, se eliminó el procesamiento de los datos obtenidos en relación a la existencia de promociones y ofertas en los sitios investigados, debido a que sólo unos pocos proveedores las tenían.

En línea con lo anterior, el estudio omitió referirse a pisos comunes ya dados en el mercado, como que la totalidad de los sitios investigados están, predominantemente, en castellano.

Finalmente, la Fiscalía del Consumidor desea expresar que la principal motivación del estudio es aportar con datos objetivos al diagnóstico del estado del mercado para la detección de fallas y su posterior tratamiento de mejora entre todos los actores públicos y privados, diálogo al cual está disponible en todo momento.

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE PLATAFORMAS DE TURISMO.

RESUMEN EJECUTIVO

En términos generales, el mercado chileno de proveedores investigados apenas cumple con las obligaciones establecidas en la normativa aplicable para proteger los derechos de consumidores y usuarios, con honrosas excepciones.

RESULTADOS

Al promediar las notas obtenidas, el mercado investigado alcanza una nota de 4,3; en una escala de 1 a 7, calificada como regular.

Obtuvo el primer lugar del ranking la empresa **Despegar**, que alcanzó el máximo del puntaje, con 30 puntos, adjudicándose la única nota 7, evaluada como **MUY BUENA, LA MEJOR**.

Le siguen, **compartiendo la misma puntuación de 29 puntos**, las empresas **Viajes Falabella y Atrápalo.cl**, adjudicándose ambas el segundo lugar del ranking con la nota 6,7, evaluadas como **MUY BUENAS**.

El **tercer lugar** lo ocupó la empresa **Turis Tour** con 25 puntos y una nota de 5,8; mientras que **Visit Chile**, con 23 puntos, obtuvo nota 5,4; ambas clasificadas con evaluación **BUENA**.

Luego se encuentran las empresas **Cocha y Turismo Pacífico**, con 20 puntos y nota 4,7; les siguen **Go Chile y Travel Express**, con 19 puntos y nota 4,4; y luego se ubican con 18 puntos la empresa **El Raco Experience**, nota 4,2; y **Panamericana Turismo**, con 17 puntos y nota 4; todas dentro de la evaluación **REGULAR**.

Las empresas peor rankeadas son **Chile Sur Travel y Nattour** las que alcanzaron sólo

10 puntos, obteniendo una nota de 2,3, evaluadas como MUY MALAS, ocupando el duodécimo lugar, el último del ranking elaborado.

Turismo Bello Tour ocupa el penúltimo lugar con sólo 11 puntos y nota 2,6; mientras que Turismo Esquerré y Mayuru Tours alcanzaron 13 puntos, obteniendo una nota 3. Todas estas empresas están evaluadas como MALAS.

La empresa Destino Chile, que obtuvo 15 puntos y una nota 3,5; ocupa el noveno lugar del ranking y se ha evaluado como DEFICIENTE.

Ranking investigación plataformas de turismo 2024				
Proveedores	Puntajes	Nota final	Ranking	Comentario
Despegar	30	7	1°	Muy buena, la mejor
Viajes Falabella	29	6,7	2°	Muy buena
Atrápalo	29	6,7	2°	Muy buena
Turis Tour	25	5,8	3°	Buena
Visit Chile	23	5,4	4°	Buena
Cocha	20	4,7	5°	Regular
Turismo Pacífico	20	4,7	5°	Regular
Go Chile	19	4,4	6°	Regular
Travel Express	19	4,4	6°	Regular
El Raco Experience	18	4,2	7°	Regular
Panamericana Turismo	17	4	8°	Regular
Destino Chile	15	3,5	9°	Deficiente
Turismo Esquerré	13	3	10°	Mala
Mayuru Tours	13	3	10°	Mala
Turismo Bello Tour	11	2,6	11°	Mala
Chile Sur Travel	10	2,3	12°	Muy mala
Nattour	10	2,3	12°	Muy mala

PRIMERA PARTE: DETALLES DE LA INVESTIGACIÓN A LAS PLATAFORMAS DE TURISMO.

Nombre del representante legal.

Al revisar la información obligatoria o necesaria que deben proveer las empresas, se detectó que **la gran mayoría NO señala el nombre del representante legal**. Las que **SÍ lo hicieron fueron Cocha, VisitChile, Panamericana Turismo y Atrápalo**.

Domicilio legal.

Cuatro empresas tampoco señalan su domicilio legal: Turismo Esquerré, Turismo Bello Tour, Turismo Pacífico y Mayuru Tours.

Correos electrónicos.

Solo una empresa no indica un correo electrónico: Cocha.

Números de teléfonos.

Todas las empresas investigadas indican un número de teléfono.

Otros medios de contacto.

Todos los proveedores contaban con otros medios de contacto como Whatsapp, una cuenta de Instagram, una plataforma web de contacto, correos electrónicos, etc.

Medio por el cual el proveedor se pondrá en contacto con el consumidor.

Todas las empresas señalan el medio a través del cual se pondrán en contacto con el consumidor, siendo el medio más preferido el correo electrónico, seguido por el contacto telefónico y la comunicación a través de una plataforma web o

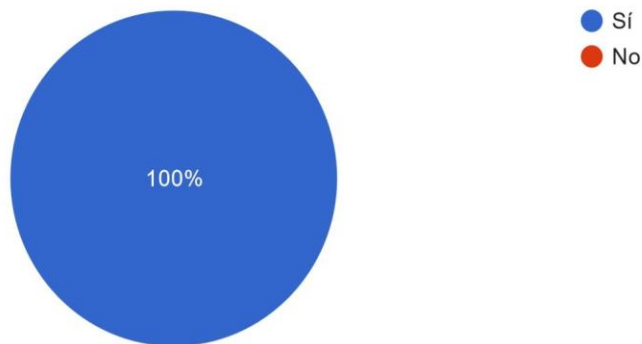
presencialmente.

SEGUNDA PARTE: CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA LEY DEL CONSUMIDOR.

1. Entrega de información en línea.

1. Sobre el idioma en que está el sitio web o plataforma visitada. ¿Se encuentra predominantemente en castellano?

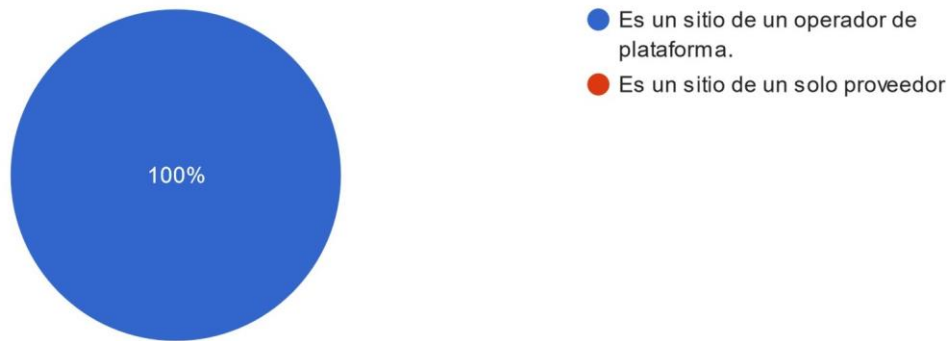
17 respuestas



2. Información sobre el rol del operador de la plataforma.

De acuerdo a lo anterior, marque si el sitio que está visitando corresponde a un operador de plataforma o es el sitio de un vendedor.

17 respuestas

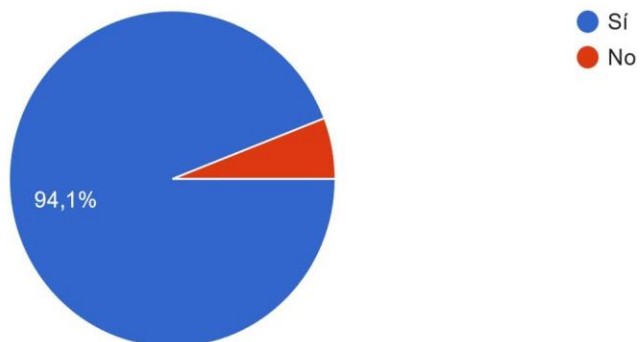


3. Información sobre las características y prestaciones esenciales de los productos o servicios.

Verifique si el proveedor indica, según corresponda, la siguiente información:

1. Las características del producto o servicio ofrecido conforme a su naturaleza y destino.

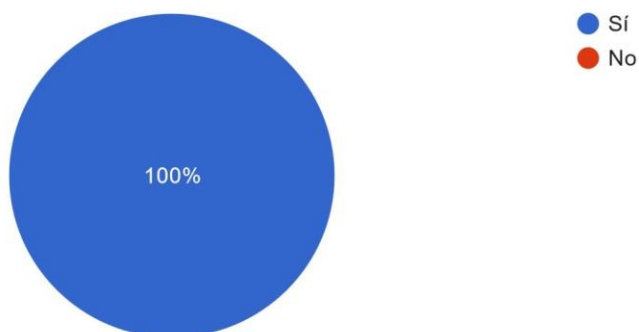
17 respuestas



**Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo.
¿Están en línea con los derechos de los consumidores?"**

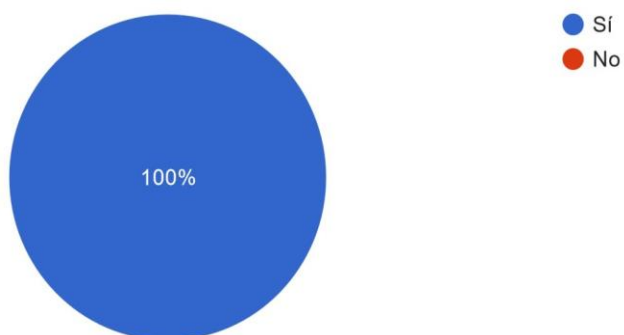
2. El lugar o destino del producto o servicio.

17 respuestas



3. Otros detalles del producto o servicio que permitan su individualización. Ejemplo: Nombre de la campaña u oferta.

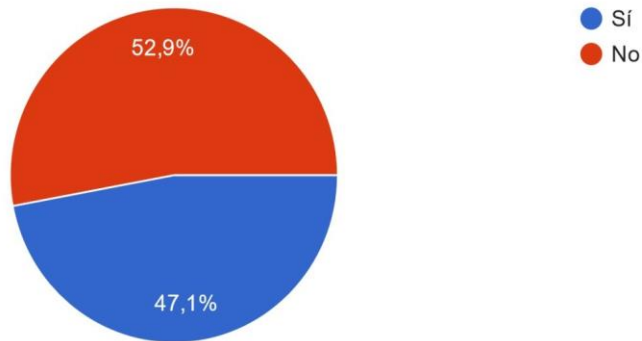
17 respuestas



**Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo.
¿Están en línea con los derechos de los consumidores?"**

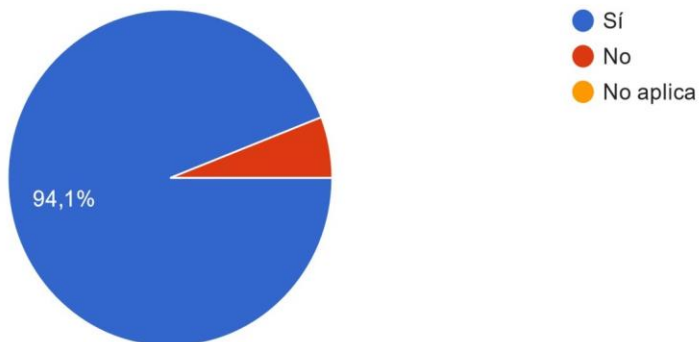
4. El vendedor, ¿ofrece la garantía convencional aparejada a la adquisición del producto o a la contratación del servicio ofrecido, indicando el plazo de vigencia, las condiciones en que opera y las formas de hacerla efectiva?

17 respuestas



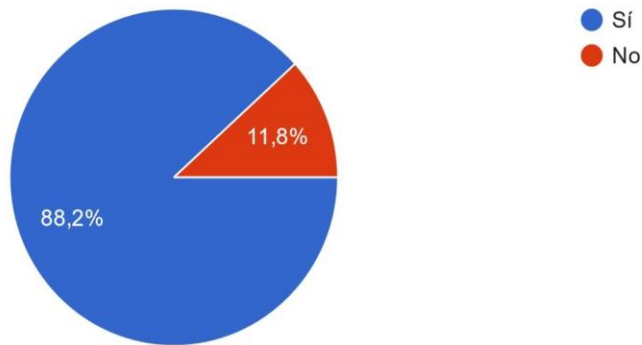
5. Tratándose de servicios, ¿el vendedor indica la descripción de las prestaciones incluidas?

17 respuestas



6. El vendedor, ¿indica cualquier otra condición, característica o prestación relevante del producto o servicio ofrecido?

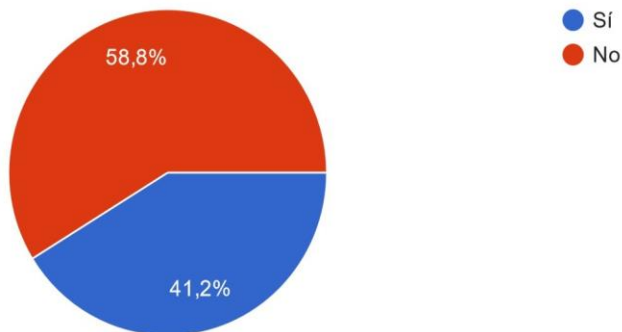
17 respuestas



4. Información sobre la contratación.

1. Términos y condiciones respecto del pago, los medios asociados a éste, y el detalle de cualquier otro cobro, dentro del costo total, que deberá solventar el consumidor.

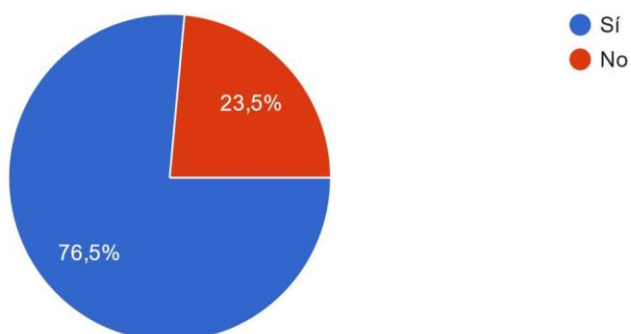
17 respuestas



**Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo.
¿Están en línea con los derechos de los consumidores?"**

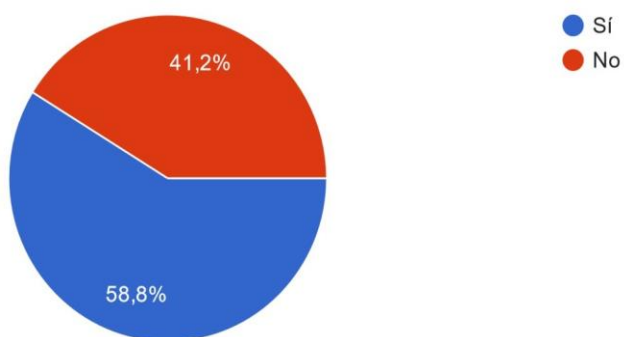
2. Políticas de cambios y devoluciones.

17 respuestas



3. Términos y condiciones de la entrega, despacho, retiro del producto o prestación del servicio, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 13 del reglamento.

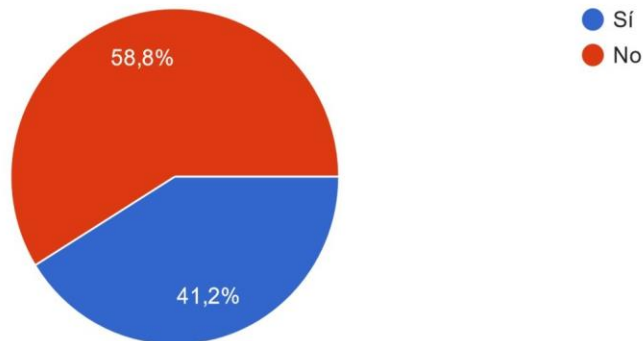
17 respuestas



5. Información sobre el costo total.

1. El costo total del producto o servicio ofrecido, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 del reglamento, es decir, en forma desglosada.

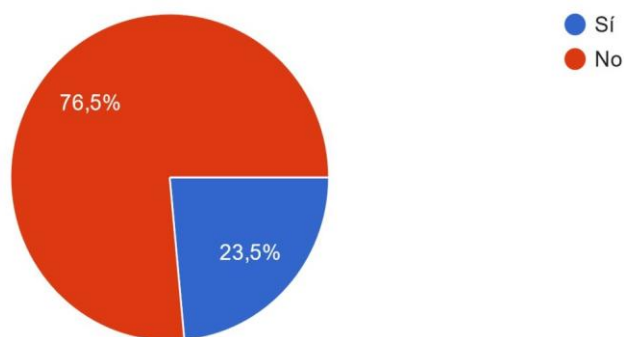
17 respuestas



6. Información sobre stock y disponibilidad.

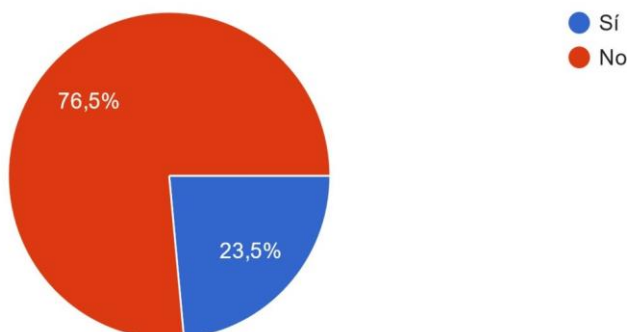
1. La existencia de stock disponible. Es homologable a casos como el número de habitaciones disponibles en un hotel, la cantidad de paquetes turí... la venta, los pasajes disponibles en un vuelo, etc.

17 respuestas



2. El número de unidades disponibles.

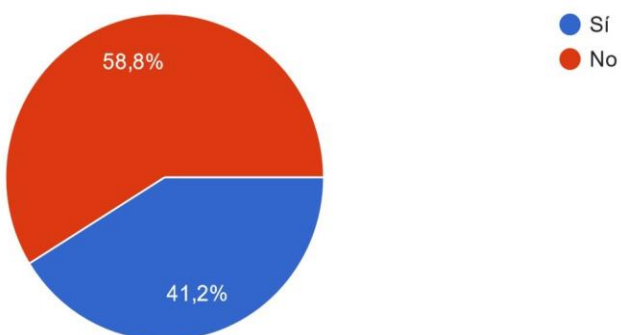
17 respuestas



7. Información sobre entrega, despacho o retiro.

1. El costo total del despacho o entrega, de forma desglosada del precio del producto, de conformidad al inciso primero del artículo 11.

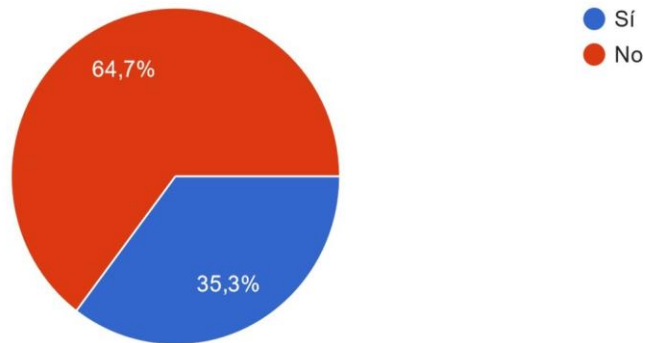
17 respuestas



**Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo.
¿Están en línea con los derechos de los consumidores?"**

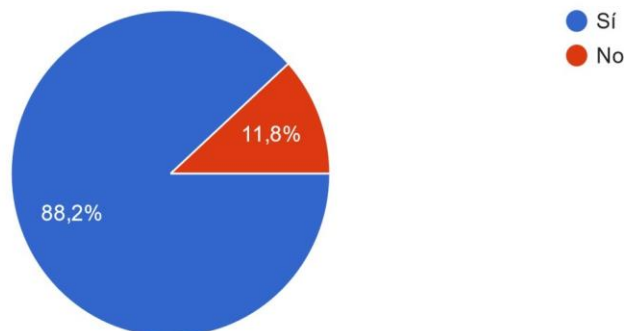
2. Según corresponda, fecha en que el producto o servicio estará disponible para su retiro o uso, o rango de tiempo que tardará su entrega, despacho o disponibilidad, indicándose si se trata de días hábiles o corridos. Aplica a casos como la disponibilidad de habitaciones, derechos de uso de instalaciones en un hotel, crucero, servicios dentro de paquetes turísticos, etc.

17 respuestas



3. Mecanismo a través del cual el consumidor podrá realizar consultas sobre el estado de la entrega, despacho o disponibilidad; y/o realizar reclamos en caso de retraso en la entrega, despacho o disponibilidad del producto o servicio, cuando corresponda.

17 respuestas

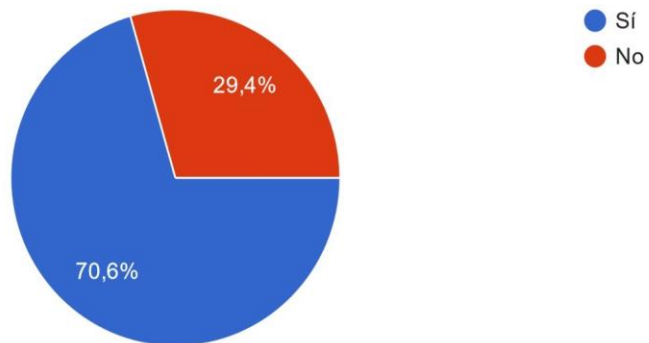


8. Información sobre el derecho de retracto.

Indique si el proveedor informa sobre:

1. Que opera o no opera con derecho de retracto.

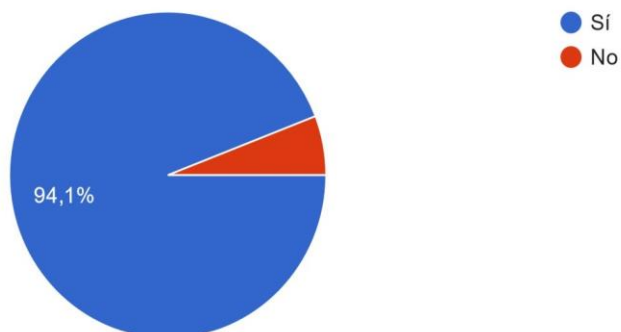
17 respuestas



9. Información sobre el soporte de contacto.

1. ¿El proveedor indica el medio en que se ofrece soporte de contacto al cliente?

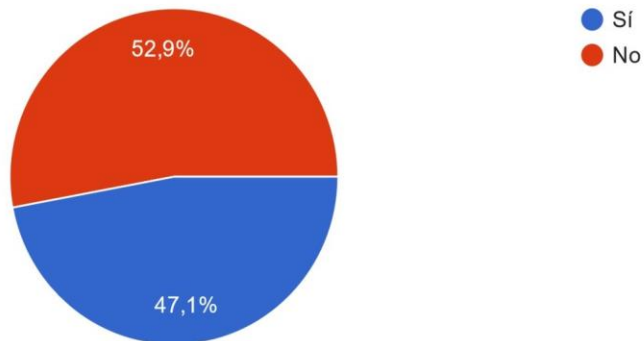
17 respuestas



10. Información sobre términos y condiciones.

1. El proveedor, ¿incluye en su plataforma un enlace web o documento claramente visible con el contenido de los términos y condiciones del contrato?

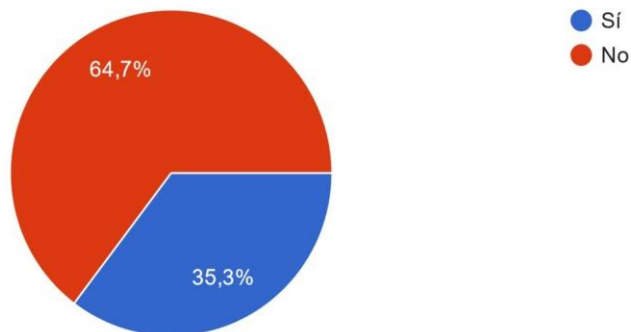
17 respuestas



11. Sobre el perfeccionamiento del contrato.

1. El proveedor, ¿exhibe un resumen de la compraventa?

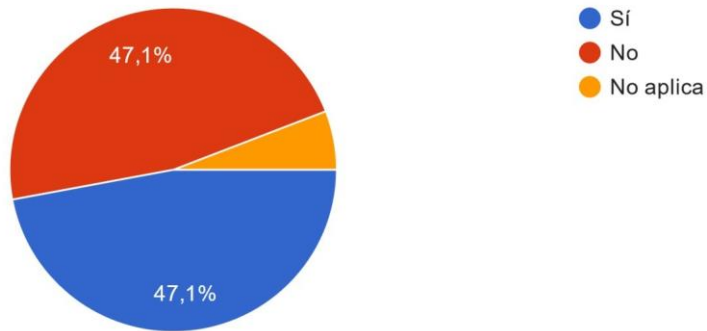
17 respuestas



12. Sobre privacidad de los datos.

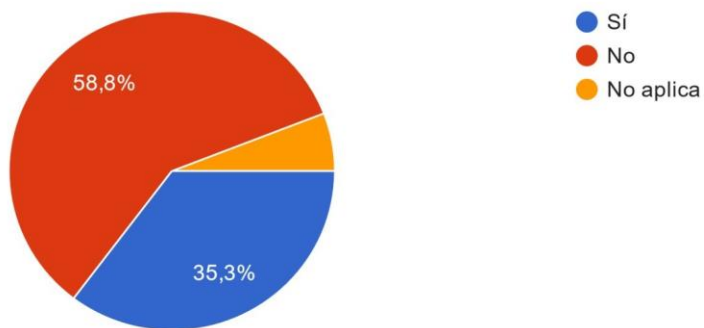
1. ¿Se informa que se almacenarán los datos del cliente, consumidor o usuario, cada vez que se le solicita entregar alguno; y que se utilizarán sólo para procesar la solicitud del cliente, consumidor o usuario?

17 respuestas



2. ¿Se informa que el cliente, consumidor o usuario, puede solicitar la eliminación de sus datos de cualquier base que administre la empresa sin más trámite que pedirlo por escrito?

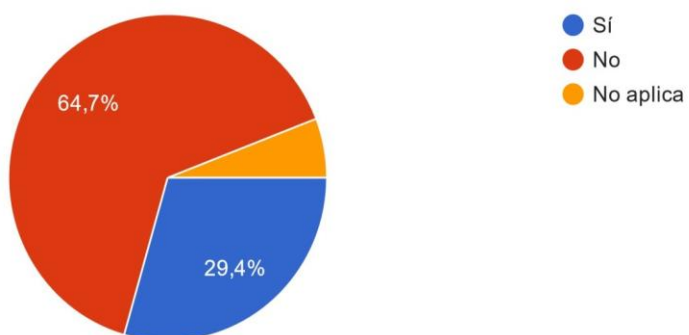
17 respuestas



**Informe proyecto "Fiscalía del consumidor investiga, estudia e informa sobre las plataformas de turismo.
¿Están en línea con los derechos de los consumidores?"**

3. ¿Existe un medio ágil y expedito para solicitar la eliminación de los datos del cliente, consumidor o usuario?

17 respuestas



CONCLUSIONES.

En términos generales, **el mercado de plataformas de turismo investigadas apenas cumplen con las normativas que les resultan aplicables** en el marco de la protección y promoción de los derechos de consumidores y usuarios.

En tal contexto, **se distinguen solo tres empresas con los máximos puntajes: Despegar, con 30 punto y nota 7; y Viajes Falabella y Atrápalo, ambas con 29 puntos y nota 6,7.**

Luego, al observar a las siguientes empresas del ranking, ya el tercer lugar exhibe cuatro puntos menos, con 25 y nota 5,8; y el cuarto lugar, obtenido por Visit Chile tiene 23 puntos, con nota 5,4. Desde ahí, **la diferencia con el primer lugar, respecto de las empresas que fueron calificadas como regulares, parte en 10 puntos.**

Así, es fácil observar una **brecha significativa entre los primeros lugares y la media de los regulares, lo que habla de una disparidad importante en el cumplimiento del marco normativo**, lo que podría traducirse en calidad de servicio y otros indicadores que no son parte de esta investigación.

Los casos más evidentes de incumplimientos son:

- Información sobre las garantías.

El 52,9% de las empresas investigadas NO ofrece la garantía convencional aparejada a la adquisición del producto o la contratación del servicio ofrecido, indicando el plazo de vigencia, las condiciones en que opera y las formas para hacerla efectiva.

- Información sobre el stock y número de unidades disponibles.

Un 66,7% NO entrega información sobre stock y disponibilidad; y el 86,7% no indica el

número de unidades disponibles de un producto o servicio.

- Información sobre la contratación.

El 58,8% NO informa los términos y condiciones respecto del pago, los medios asociados a éste, y el detalle de cualquier otro cobro, dentro del costo total, que deberá solventar el consumidor; y un 41,2% NO informa sobre los términos y condiciones de la entrega, despacho, retiro del producto o prestación del servicio, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 13 del Reglamento de Comercio Electrónico.

- Información sobre el costo total.

Un preocupante 58,8% NO informa el costo total del producto o servicio ofrecido, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 del reglamento, es decir, en forma desglosada.

- Información sobre stock y disponibilidad.

Un 76,5% NO informa sobre La existencia de stock disponible o unidades disponibles. En este caso se buscó información como el número de habitaciones disponibles en un hotel, la cantidad de paquetes turísticos puestos a la venta, los pasajes disponibles en un vuelo, etc.

- Información sobre entrega, despacho o retiro.

El 58,8% NO informa el costo total del despacho o entrega, de forma desglosada del precio del producto, de conformidad al inciso primero del artículo 11 del Reglamento de Comercio Electrónico; mientras que el 64,7% no informa, según corresponda, la fecha en que el producto o servicio estará disponible para su retiro o uso, o rango de tiempo que tardará su entrega, despacho o disponibilidad, indicándose si se trata de días hábiles o corridos.

Este caso aplica a la disponibilidad de habitaciones, derechos de uso de instalaciones en un hotel, crucero, servicios dentro de paquetes turísticos, etc.

- Información sobre el derecho de retracto.

Aunque el 70,6 informa si opera o no con derecho de retracto, resulta significativo que la diferencia del 29,4% no lo haga, pues este es uno de los mecanismos para salvaguardar en forma práctica y temprana los derechos de los consumidores.

- Información sobre términos y condiciones.

El 52,9% de las empresas investigadas NO incluye en su plataforma un enlace web o documento claramente visible con el contenido de los términos y condiciones del contrato.

- Sobre el perfeccionamiento del contrato.

Un preocupante 64,7% no exhibe un resumen de la compraventa, antes del pago.

- Sobre privacidad de los datos.

El 47,1 NO informa que se almacenarán los datos del cliente, consumidor o usuario, cada vez que se le solicita entregar alguno; y que se utilizarán sólo para procesar la solicitud del cliente, consumidor o usuario; mientras que el 58,8% NO informa que el cliente, consumidor o usuario, puede solicitar la eliminación de sus datos de cualquier base que administre la empresa, sin más trámite que pedirlo por escrito.

En el 64,7% de los casos NO existe un medio ágil y expedito para solicitar la eliminación de los datos del cliente, consumidor o usuario.

RECOMENDACIONES.

A la luz de los resultados informados, la Fiscalía del Consumidor estima que hay espacios de mejora, en los siguientes puntos:

- Generación de planes especiales de fiscalización, con el fin de tomar las medidas pertinentes en caso de incumplimientos de manera reiterativa.
- Generar espacios de capacitación para que las empresas cumplan con la normativa aplicable a las plataformas de turismo que no son muy distintas a las exigibles a las de comercio electrónico o marketplaces, considerando que en la medida de que haya proveedores informados y educados en sus deberes y obligaciones, se reducirá la afectación de los derechos de consumidores y usuarios.
- Generar espacios de capacitación para los consumidores, en relación a lo que deben esperar encontrar en las páginas web de los proveedores de servicios turísticos y así logren evidenciar si estos cumplen con sus derechos como consumidor, usuario y titular de datos.
- Generar espacios de diálogo entre el Servicio Nacional del Consumidor, los gremios de turismo, el SERNATUR y las asociaciones de consumidores con especialidad en materias de comercio electrónico, para abordar los déficits en el cumplimiento de la normativa.