

World Tourism Organization



# UNWTO

**Recomendaciones  
del sobre el uso  
responsable de las  
valoraciones y las  
opiniones en las  
plataformas digitales**

Comité Mundial  
de Ética del Turismo



# Introducción

Durante el último decenio, los comentarios de los usuarios se han convertido en una herramienta indispensable, no solo para los consumidores, sino también para los prestadores de servicios turísticos y los operadores, que pueden así adaptar mejor sus productos y servicios a las expectativas de los consumidores. En el ámbito de los viajes y el turismo, las valoraciones y las opiniones generadas por los usuarios en las plataformas digitales son hoy un elemento esencial de los procesos de obtención de información, selección y decisión de los visitantes cuando eligen qué lugares visitar, dónde alojarse o dónde comer.

Aunque no hay datos internacionales completos sobre este tema, diversos estudios dan una idea de la influencia potencial de las valoraciones y las opiniones en el comportamiento de los consumidores. Según un estudio de la Comisión Europea, el 82% de las personas encuestadas habían leído opiniones de los consumidores antes de realizar una compra.<sup>1</sup> Otro estudio llevado a cabo entre consumidores australianos sugiere que el 40% utiliza opiniones en línea para evaluar un servicio «siempre» o «a menudo», y que los consumidores se dejan influir más por las opiniones negativas que por las positivas.<sup>2</sup>

En la actualidad, en la red hay millones de opiniones de usuarios relacionadas con los viajes. TripAdvisor, por ejemplo, ha alcanzado un total de 435 millones de valoraciones y opiniones sobre viajes, que cubren 6,8 millones de alojamientos, restaurantes y lugares de interés.<sup>3</sup> Yelp, por su parte, cuenta con un total de 115 millones de opiniones sobre negocios locales de todo el mundo.

---

1 Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools (European Commission, ECME Consortium and Deloitte, 2013)

2 Queensland Government, Australia - A step-by-step guide to managing negative online reviews <https://www.business.qld.gov.au/business/running/customer-service/managing-online-customer-reviews/a-step-by-step-guide-to-managing-negative-online-reviews>

3 Datos de Q3 2016

Con respecto al tipo de comentarios que los usuarios pueden encontrar en las plataformas digitales relacionadas con viajes, debería distinguirse entre:

- (a) **“opiniones”** que en general incluyen comentarios y descripciones de naturaleza más cualitativa, y
- (b) **“valoraciones”** que a menudo ofrecen calificaciones más estructuradas o de naturaleza cuantitativa, correspondientes a diversas categorías y grados de satisfacción del usuario que pueden formar parte de una opinión.

Las plataformas digitales que ofrecen contenidos sobre viajes generados directamente por los usuarios pueden ser una fuente muy útil de información para los consumidores. No solo para sitios web de valoraciones como las mencionadas TripAdvisor y Yelp, conocidas por sus contenidos generados por los usuarios sobre destinos, lugares de interés y negocios, sino también para aquellos sitios web que tradicionalmente se conocen como motores de reserva, tales como Booking.com, Airbnb.com o Thefork.com, que tienen las opiniones integradas en la presentación de alojamientos, restaurantes y otros servicios.

Sin embargo, hay algunas controversias sobre la veracidad de ciertas opiniones. De vez en cuando, los prestadores de servicios turísticos se quejan de haber sido objeto de valoraciones negativas infundadas o de casos de chantaje por parte de consumidores, que les amenazan con escribir una opinión negativa si no acceden a sus demandas de reembolso o servicios gratuitos. Y al contrario, también los consumidores se han quejado de valoraciones positivas infundadas de determinados servicios. Las «alertas de los consumidores»<sup>4</sup> que publica la plataforma Yelp, por ejemplo, muestran casos en los hay claros indicios para pensar que algunas empresas han intentado comprar mejores opiniones. Aunque estos casos pueden ser relativamente raros si se tienen en cuenta los cientos de millones de opiniones publicadas, merecen cierta atención.

Sea cual sea el tipo y la forma de la información generada por los usuarios, el contenido de las opiniones y las valoraciones publicadas en plataformas digitales debe ser honesto y fiable para garantizar que los consumidores puedan confiar en ellas cuando buscan información y planifican sus viajes.

El Comité Mundial de Ética del Turismo ha elaborado las presentes recomendaciones con miras a alentar el uso responsable de las valoraciones y las opiniones en las plataformas digitales relacionadas con el sector turístico.

Las recomendaciones se dirigen a tres grupos principales de agentes implicados directamente en este proceso digital, a saber:

- (a) las plataformas digitales (operadores);
- (b) los prestadores de servicios (empresas que figuran en estas plataformas); y
- (c) los usuarios (consumidores).

---

4 Yelp Consumer Alerts: Know Before You Spend (2016): <https://www.yelpblog.com/2016/05/68746>



# A. Recomendaciones para las plataformas digitales

Las plataformas digitales que incorporan opiniones y valoraciones para los productos y servicios que incluyen deberían tomar medidas para asegurarse de la exactitud, fiabilidad y credibilidad de la información ofrecida. Las plataformas digitales deberían tomar todas las medidas razonables para garantizar que cualquier opinión publicada refleje las perspectivas, las constataciones y las experiencias reales de los usuarios.

El modelo de negocio que promueven estas plataformas digitales se basa en gran medida en intercambiar consejos entre una comunidad. Hacer pública información de los usuarios en línea requiere cierto grado de confianza, por lo que la veracidad de la información suministrada es esencial para la integridad, la reputación y el buen funcionamiento de este tipo de plataformas.

Para facilitar la obtención de comentarios útiles, las plataformas deberían adoptar directrices que incluyan principios y recomendaciones claras sobre la recopilación, la moderación y la publicación de las opiniones en línea. Esas directrices deberían ser fáciles de consultar para los usuarios y los prestadores de servicios y estar disponibles en varios idiomas.

Aunque no siempre resulta fácil verificar la autenticidad de un contenido generado por un usuario, la plataforma digital debería tener sistemas de control de la calidad y procedimientos para garantizar que el contenido sea claro, exacto y fidedigno.

Con este objetivo, las plataformas digitales deberían seguir las siguientes recomendaciones:

## (a) Al obtener la información:

- Asegurarse de que los datos de las empresas que aparezcan en la plataforma sean correctos.
- Incluir un mecanismo que permita a los prestadores de servicios señalar o corregir información factual errónea o complementarla con información adicional.



- Permitir a los prestadores de servicios responder en línea (en público o en privado) a las opiniones que reciban de los usuarios.
- Tomar medidas razonables para garantizar que las opiniones reflejen experiencias auténticas de los consumidores.

### **(b) Al mostrar la información:**

- Asegurarse de que la información se muestre de la forma más clara posible para que los usuarios la entiendan.
- Detallar los criterios utilizados para hacer la lista de los servicios que aparecen en la plataforma.
- Publicar todas las opiniones positivas y negativas o señalar claramente los criterios utilizados para publicar opiniones.
- Tener mecanismos de control de la calidad para examinar las opiniones, publicarlas una vez realizadas las comprobaciones y evitar retrasos injustificados en la publicación de opiniones.

### **(c) Al abordar posibles malos usos:**

- Tener mecanismos y políticas para detectar las opiniones falsas y para afrontar el chantaje si se tiene noticia a través de prestadores de servicios o usuarios. Proporcionar información clara sobre la existencia de estos mecanismos.
- Tener los datos de contacto del servicio al cliente de la plataforma en un lugar fácil de encontrar y de usar y tener procedimientos sencillos para presentar y tramitar reclamaciones.



## B. Recomendaciones para los prestadores de servicios

Los prestadores de servicios deben ser conscientes del hecho de que los contenidos generados por los usuarios están presentes en la mayor parte de las plataformas digitales relacionadas con turismo, si no en todas, y están ahí para quedarse. Deberían saber que los contenidos generados por los usuarios pueden incidir, de manera positiva o negativa, en la reputación de la empresa. Por lo tanto, es aconsejable que las empresas busquen la mejor manera de beneficiarse de esa ingente cantidad de comentarios y de información que proporcionan directamente sus clientes.

Es esencial que los propietarios de hoteles, los gestores de destinos, los dueños de restaurantes, los transportistas y otros agentes del sector turístico entiendan la tecnología interactiva en línea para poder abordar los posibles problemas que pueden plantear los usuarios y mejorar los productos y servicios que venden para que sus negocios encajen mejor con las expectativas de los clientes.



Para estar en posición de responder mejor a las valoraciones y opiniones de los consumidores en las plataformas digitales, las empresas, ya sea a través de sus propietarios, sus directores o su personal, deberían seguir las siguientes recomendaciones.

### **(a) En términos generales:**


- Hacer un seguimiento regular de las plataformas digitales en las que esté incluida la empresa y asegurarse de que la información que aparece sobre sus productos y servicios sea exacta y esté actualizada.
- Etiquetar claramente los anuncios como promoción de pago para diferenciarlos de las listas de servicios regulares, las valoraciones y las opiniones en línea.
- Asegurarse de que el personal tenga la preparación necesaria para tratar con las valoraciones y opiniones, que sea consciente de cualquier posible conflicto de interés y que entienda la importancia de proporcionar información de forma honesta.
- Recordar que las opiniones y valoraciones ofrecen a los proveedores una herramienta valiosa para conocer el punto de vista de los usuarios; las empresas deberían, por lo tanto, animar a los clientes a comentar sus experiencias con libertad y franqueza.
- Tener en cuenta que la gran mayoría de las opiniones, sean positivas o negativas, no plantean problemas; en ambos casos, suelen tener fundamento.

### **(b) Al enfrentarse a opiniones controvertidas:**

- Reunir información sobre las reclamaciones que han dado lugar a la opinión negativa y escribir, sin demora, una respuesta franca y que aporte información útil para los consumidores en general.
- Contactar al sitio en el que esté alojado el contenido en caso de sospecha de opiniones falsas.

### **(c) En cualquier caso:**

- Evitar sobornar o «comprar» a los clientes a cambio de opiniones.
- No escribir nunca opiniones sobre los propios productos o los de las empresas de la competencia, ni animar a los amigos o familiares a que lo hagan.
- Asegurarse de que las agencias de marketing o comunicación externas no fabriquen opiniones falsas para incrementar el número de comentarios positivos sobre la empresa, y no encargar a ninguna persona u organización que cree opiniones falsas en su nombre.

A person with long brown hair, wearing a white t-shirt and blue jeans, is sitting on a wooden bench. They are holding a large, white document or book open in front of them, looking down at it. The background is a wooden floor.

## C. C. Recomendaciones para los usuarios (consumidores)

Los viajeros de hoy participan activamente en el desarrollo del contenido de las plataformas digitales e interactúan en línea con otros usuarios. La gran mayoría no solo considera las plataformas digitales como una fuente esencial de información al planificar un viaje, sino que tiene muy en cuenta las opiniones de sus pares al elegir el alojamiento.<sup>1</sup>

Debido al crecimiento de los contenidos generados por los usuarios en las plataformas digitales y a la creciente importancia que les dan los consumidores, las valoraciones pueden tener una repercusión en la reputación de la empresa, para bien o para mal. Del mismo modo, las opiniones de los consumidores pueden crear también ciertas expectativas por lo que, si no se usan debidamente, pueden hacer que quienes las lean y confíen en ellas se sientan decepcionados.

De ahí la importancia de que los usuarios actúen con responsabilidad, especialmente en lo que se refiere a proporcionar opiniones auténticas y exactas que puedan resultar de utilidad para otras personas.<sup>2</sup> En este sentido, los usuarios de las plataformas digitales deberían seguir las siguientes recomendaciones:

---

1 The Impact of Online Content on European Tourism 2013, p. 23; Cox et al. 2008, p. 12

2 Véase como ejemplo la guía de TripAdvisor:  
[https://www.tripadvisor.com/TripNews-a\\_ctr.reviewerguideEN](https://www.tripadvisor.com/TripNews-a_ctr.reviewerguideEN)





### **(a) Al publicar una opinión o valoración:**

- Escribir opiniones sinceras y ecuánimes, basadas en una experiencia personal reciente, e incluir información sobre el servicio o la empresa que pueda resultar útil para otros usuarios.
- No aceptar regalos ni dinero a cambio de una opinión favorable ni amenazar a los proveedores con una opinión desfavorable si no le dan lo que solicita.
- Si surge un problema con algún producto o servicio, intentar abordarlo primero con el proveedor, a ser posible en el momento en que se produce, ya que las opiniones no están pensadas para futuras reclamaciones. Por supuesto, la forma en que se aborda una posible reclamación puede incidir en la siguiente opinión.
- Evitar incluir en la opinión cualquier ataque personal al personal o al propietario del negocio.

### **(b) Al utilizar las opiniones y valoraciones para elegir un destino o seleccionar productos y servicios:**

- Buscar opiniones diversas en diferentes portales de Internet antes de reservar un servicio para obtener un cuadro amplio de lo que cabe esperar.
- Recordar que no todos los visitantes tienen las mismas necesidades ni preferencias. Las opiniones y valoraciones pueden dar una orientación, pero depende de los usuarios decidir qué les conviene más.
- Recordar también que algunas plataformas permiten a los usuarios ordenar las opiniones por categorías que pueden ser importantes para un determinado viajero (viajes en familia, viajes de negocios, opiniones sobre la piscina, etc.).
- Decidir qué aspecto del producto es más importante para cada uno (ubicación, precio, instalaciones, ruido, desayuno, etc.) y prestar especial atención a ese elemento. Resulta útil tener en cuenta la valoración general, pero también las valoraciones por categoría, así como leer unas cuantas opiniones para tener una idea más ecuánime.



## En caso de conflicto

Es importante observar que las opiniones y valoraciones no son una certificación de ningún tipo, por lo que no pueden emplearse como base para un reembolso o una reclamación, salvo que la plataforma digital o el proveedor del servicio siga una política de marketing específica al respecto.

Lo que sí puede servir de base para una reclamación es la violación de la privacidad o de los límites sobre protección del consumidor establecidos en la legislación sobre la materia. Por consiguiente, todas las partes que publiquen, alojen o comenten opiniones y valoraciones deberían conocer los límites legales.

Cuando surgen conflictos entre las partes, es importante actuar de manera responsable y contar con asesoramiento jurídico si es necesario.

## A. Conflictos entre plataformas digitales y prestadores de servicios

Cuando un prestador de servicios observe posibles irregularidades, la plataforma digital debería:

- Tomar las medidas necesarias para comunicar el problema a la parte correspondiente y borrar toda la información que parezca sospechosa conforme a la legislación nacional.
- Garantizar, en la medida de lo posible, que los usuarios sean conscientes del problema para evitar engaños.
- Evaluar si informar del caso y colaborar con las autoridades competentes cuando pueda contravenir la ley.

Cuando el prestador de un servicio crea que una plataforma digital no está actuando de la forma adecuada, debería:

- Comprobar la política sobre contenidos que utiliza la plataforma.
- Evaluar de antemano cómo afecta el problema a la reputación del prestador del servicio.
- Contactar a la plataforma digital para informarle del problema, de entrada utilizando los mecanismos específicos disponibles en la plataforma digital para formular reclamaciones.
- Cuando sea necesario, buscar asesoramiento jurídico para obtener orientación sobre los pasos siguientes.

## B. Conflictos entre usuarios y prestadores de servicios o plataformas digitales

Es importante recordar que las opiniones y valoraciones no son un mecanismo formal de reclamación. En caso de conflicto con el prestador de un servicio o con una plataforma digital, el usuario debería llevar a cabo una o más de las siguientes actuaciones, según el caso:

- Contactar con el proveedor del servicio o la plataforma para informar del problema e intentar llegar a una solución negociada.
- Presentar una reclamación formal, recordando conservar pruebas que puedan fundamentar la reclamación (recibos, contratos, etc.).
- Si el problema tiene que ver con cuestiones de privacidad o derechos de protección del consumidor, el usuario debería buscar asesoramiento jurídico y, en caso necesario, informar a las autoridades competentes en materia de protección del consumidor.

Por el contrario, ante un conflicto con un usuario, el prestador de un servicio o la plataforma digital debería llevar a cabo una o más de las siguientes actuaciones, según el caso:

- Intentar resolver el problema directamente con el usuario de manera amistosa.
- Informar a los usuarios de la posibilidad de presentar una reclamación formal.
- Conocer los límites legales y dejárselos claros a los usuarios para asegurar que en todo momento se proteja la privacidad.



Preparado por:



World Committee on  
Tourism Ethics  
For Responsible Tourism

En colaboración con:



World Tourism Organization

Capitán Haya 42, 28020 Madrid, Spain  
Tel: (34) 91 567 81 00 / Fax: (34) 91 571 37 33  
omt@UNWTO.org / www.UNWTO.org