

Marzo 24, 2023

## CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL TURÍSTICO

### C N E T

#### Posicionamiento sobre la reforma aprobada por la Cámara de Diputados al artículo 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor

El 23 de marzo pasado la Cámara de Diputados aprobó un proyecto de decreto por el que se adiciona un párrafo tercero al artículo 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC). Dicho párrafo establece lo siguiente:

**“Para tales efectos, y tratándose de los paquetes o sistemas turísticos todo incluido, los proveedores deberán informar debida y oportunamente a los consumidores sobre cada uno de los servicios o componentes incluidos y la manera en que estos integran las tarifas o costos totales respectivos y, en su caso, el monto de las contribuciones aplicables a cada uno de dichos componentes, así como el cálculo correspondiente.”**

Se menciona que el propósito para aprobar esta adición es el de “garantizar la transparencia y la protección al consumidor en el ámbito de la oferta y demanda de servicios y paquetes todo incluido, a efecto de propiciar decisiones de consumo informadas y conscientes que en último término redunden en términos de la diversificación de los beneficios económicos asociados a la demanda de dichos esquemas con sentido social, regional y comunitario”

Asimismo, en el texto de la iniciativa, con argumentos, en nuestra opinión, poco sólidos y escasa evidencia, se pretende llegar a conclusiones y generalizaciones sobre la modalidad del servicio de hotel todo incluido y se le atribuyen, de forma injustificada, impactos negativos, tales como monopolización de los servicios turísticos; exclusión de las empresas, servicios y productos locales; baja derrama económica para las comunidades; desempleo en el destino turístico y/o empleo precario y poco capacitado; servicios de baja calidad, afectando la imagen del destino; y falta de transparencia para el consumidor, lo cual dificulta su elección.

**El Consejo Nacional Empresarial Turístico considera que:**

1. Es improcedente e innecesaria la adición de un tercer párrafo al artículo 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; no contribuye a la transparencia, ni ayuda a proteger al consumidor. La información que se propone incluir sobre la aportación de cada uno de los servicios o componentes del paquete al costo o tarifa total del mismo y su cálculo correspondiente, no aporta ningún elemento que sea relevante para la toma de decisiones por parte del consumidor, ya que este considera el costo total del paquete al realizar su elección de compra y no el de cada uno de los servicios de manera independiente.
2. El actual Artículo 43 de la LFPC en su párrafo segundo proporciona transparencia y seguridad al consumidor que adquiere un paquete de servicios todo incluido, ya que con claridad señala que los proveedores deberán informar al consumidor sobre las características, condiciones y costo total de cada uno de ellos y además “deberán informar a los consumidores con oportunidad y en su publicidad, lo que incluyen tales planes y que no disponen de otros”.
3. Los empresarios turísticos estamos comprometidos con la transparencia y nos aseguramos que la información que recibe el consumidor sea completa y fidedigna, ya que es un elemento clave que incentiva la selección del destino de viaje y de los bienes y servicios que se propone adquirir y ganar la confianza de sus clientes.
4. El cumplimiento de la nueva disposición es incumplible; claramente es inviable, entre otras razones por lo siguiente:
  - "Todo incluido", literalmente es un concepto que no limita los servicios, alimentos o bebidas al consumidor; es imposible desglosar algo que no está limitado. Es decir, cada persona decide cuánto come o bebe, en qué restaurantes y si le interesa asistir a las experiencias o actividades de entretenimiento, entre otras posibilidades.
  - Lo único que podría ser viable, es desglosar el número de restaurantes, bares y otras actividades que ofrece cada hotel; sin embargo, el hecho de no limitar, no implica que no haya transparencia ante el consumidor. De hecho, este tipo de oferta ofrece más valor por el mismo precio.

- Además, las tarifas todo incluido son dinámicas y los costos de los diferentes componentes del paquete de bienes y servicios están sujetos a cambios, que se hacen más frecuentes en épocas de alta inflación como la que estamos viviendo.
- Es decir, de manera categórica habría que señalar que este requerimiento no se podría cumplir y seguramente eencarecerán las tarifas y provocarán que nuestros destinos turísticos sean menos atractivos.

El CNET considera que los señalamientos que se expresan en la iniciativa, en cuanto a los efectos negativos de los hoteles todo incluido, son incorrectos y constituyen generalizaciones sin sustento que no contribuyen a un mejor conocimiento del sector turismo de nuestro país y de los beneficios del mismo.

De esta forma, creemos que es importante resaltar la importancia de la hotelería y de los hoteles todo incluido en lo particular, por lo cual expresamos lo siguiente:

1. Los destinos turísticos de México ofrecen una amplia variedad de alojamiento hotelero y extrahotelero a los turistas, quienes cuentan así con una gran oferta de opciones que se adaptan a sus gustos y condiciones económicas. El sector hotelero es una de las actividades económicas con mayor competencia, lo cual beneficia a los consumidores. El concepto todo incluido es muy atractivo para las personas y familias que lo consideran una forma cómoda y segura de viajar y que les garantiza que no se saldrán del presupuesto que tienen destinado para viajar.
2. Los hoteles con la modalidad de todo incluido forman una parte muy importante de la oferta de alojamiento temporal; se estima que antes de la pandemia representaban el 42.1% de los ingresos totales a nivel nacional de los establecimientos de alojamiento temporal con servicios integrados. Para algunos estados como Quintana Roo este porcentaje alcanza el 63.8% y para Nayarit el 46.8%. Han contribuido de forma muy significativa al gran desarrollo del sector turístico del país, que se manifiesta en la generación de más de 4.6 millones de empleos directos y millones de empleos indirectos, con una amplia participación de mujeres y jóvenes; el ingreso de más de 28 mil millones de dólares al país, así como una participación en el PIB cercana al 9%.

3. Los hoteles todo incluido de ninguna manera constituyen un monopolio, ya que el consumidor es el que elige entre las muy diversas formas de alojamiento que existen en cada destino y aun cuando llegue a un hotel todo incluido, siempre tiene la posibilidad de optar por consumir en establecimientos externos. No estamos de acuerdo en que los hoteles todo incluido sean responsables del declive de algunos destinos turísticos o de algunas de sus zonas de actividad económica. Cuando se han presentado situaciones de deterioro, es más probable que la causa sean las condiciones de inseguridad en algunos destinos.

Además, este argumento que señala el dictamen, en realidad no contribuye en nada a una mayor transparencia para el consumidor, que es el único argumento que plantea esta iniciativa.

4. Los hoteles todo incluido contribuyen a la economía local mediante la compra de una amplia gama de bienes y servicios necesarios para su operación. Los hoteles todo incluido requieren abastecerse de abarrotes, frutas y verduras, productos pecuarios, textiles y prendas de vestir, productos químicos de limpieza y cosméticos, bebidas, cristalería, productos de la industria del plástico y papel, entre muchos otros. Los hoteles están abiertos a incrementar su proveeduría de bienes y servicios producidos en la localidad, así como a impulsar y promover el consumo de productos de la comunidad.
5. Es también inexacto y sin apego a la realidad, que los hoteles todo incluido produzcan desempleo o empleo precario ya que es muy grande y variada la demanda de servicios laborales y profesionales que generan. Muchos de estos empleos son mediana o altamente calificados, ya que se requieren una gran variedad de servicios profesionales y técnicos, contables y administrativos, servicios de mantenimiento y ampliación de instalaciones, reparación y mantenimiento de equipos mecánicos, eléctricos y electrónicos, servicios de cómputo y de sistemas; así como otros servicios para la operación diaria como lavado y limpieza de blancos, fumigaciones y control de plagas, jardinería, transporte de personal y de huéspedes, entre muchos otros que son adquiridos de proveedores locales.

6. Tampoco tiene ningún sustento que los servicios proporcionados por los hoteles todo incluidos sean de baja calidad y afecten la imagen del destino turístico. Los destinos turísticos de México tienen hoteles todo incluido de una gran variedad de categorías y una muy amplia gama de opciones y servicios, para satisfacer las necesidades y presupuesto de los turistas. Numerosos hoteles están a la altura de los mejores del mundo y ofrecen servicios de la más alta calidad, lo cual da prestigio y renombre a los destinos turísticos.
  
7. La importancia de la hotelería todo incluido quedó de manifiesto por su contribución a la rápida recuperación después de la pandemia de COVID. Esta forma de alojamiento fue ampliamente solicitada por los consumidores, que los consideró como un opción segura y confiable.

México ha logrado un gran posicionamiento y alta demanda de millones de visitantes internacionales, en gran parte por la calidad de la oferta de los hoteles Todo Incluido, que nos ha permitido generar empleos, servicios, impuestos, proveedores y consumo de productos, servicios y tiendas locales.

Por todo lo anterior, el CNET considera que la aprobación de esta adición al artículo 43 de la LFPC no contribuye a la transparencia, ni aporta información relevante para que el consumidor tome su decisión de compra. Entorpece y encarece innecesariamente la actividad hotelera y no contribuye de manera alguna al desarrollo nacional y regional del turismo de nuestro país

De esta forma, el CNET **solicita respetuosamente que este tipo de reformas no sean autorizadas, sin antes incorporar en el análisis y discusión a la industria, a expertos en el tema, incluyendo a las autoridades estatales y municipales**, que resentirán directamente las consecuencias de estas equivocadas decisiones.

Le reiteramos nuestra más amplia disposición para revisar los alcances y consecuencias de esta iniciativa, para lo cual las diversas Cámaras y Asociaciones que forman parte del CNET, estaremos atentas a sus comentarios.