

UNIVERSIDAD DE GRANADA
FACULTAD DE DERECHO



CONTRATOS, AGENCIAS DE VIAJES
Y CONSUMIDORES

TESIS DOCTORAL

Selina Serrano Escribano
Granada, 2003



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Biblioteca Universitaria de Granada



02088005



BIBLIOTECA
UNIVERSITARIA DE GRANADA

Biblioteca de la Facultad de Derecho

Nº Documento 29033275
Nº Copia 25678693

DEPARTAMENTO DE DERECHO MERCANTIL
Y DERECHO ROMANO

CONTRATOS, AGENCIAS DE VIAJES
Y CONSUMIDORES

CONTRATOS, AGENCIAS DE VIAJES Y CONSUMIDORES

TESIS DOCTORAL

SELINA SERRANO ESCRIBANO



***Dirigida por el Profesor Dr. D. JOSÉ LUIS
PÉREZ - SERRABONA GONZÁLEZ***

Vº Bº del Director

[Faint signature of José Luis Pérez-Serrabona]

José Luis Pérez-Serrabona



**Facultad de Derecho
Universidad de Granada**

2003

ÍNDICE

ABREVIATURAS	V
CAPÍTULO 1.....	1
APROXIMACIÓN A LA CUESTIÓN: EL TURISMO. NATURALEZA, ELEMENTOS Y ESTRUCTURA	1
1.1.- INTRODUCCIÓN	1
1.2.- NATURALEZA Y CONCEPTO DE TURISMO	3
1.2.1.- Etimología de las palabras turismo, turista y viaje	3
1.2.2.- Concepto de Turismo	5
1.2.2.I.- Concepto de Turista	9
1.2.2.II.- Concepto de Destino Turístico	12
1.2.3.- Formas de Turismo	13
1.2.3.I.- Turismo de sol y playa	15
1.2.3.II.- Parques de ocio y temáticos	17
1.2.3.III.- Turismo rural y de naturaleza	19
1.2.3.IV.- Turismo de salud	24
1.2.3.V.- Turismo de negocios	26
1.2.3.VI.- Turismo cultural.....	27
1.2.3.VII.- Turismo activo y deportivo	29
1.3.- REFERENCIA HISTÓRICA DEL TURISMO	34
1.3.1.- Evolución histórica del Turismo en España	51
1.4.- IMPORTANCIA SOCIAL Y ECONÓMICA DEL TURISMO	66
1.4.1.- El turismo como actividad económica	66

1.4.2.- Implicaciones macroeconómicas del turismo	72
1.4.3.- Implicaciones socioculturales del turismo	77
1.5.- EL SISTEMA TURÍSTICO.....	80
1.5.1.- Elementos del Sistema Turístico	83
1.5.1.I.- El turista	83
1.5.1.II.- La empresa turística.....	84
 CAPÍTULO 2.....	 119
EL TURISTA COMO CONSUMIDOR.....	119
2.1.- INTRODUCCIÓN	119
2.2.- EL DERECHO DEL TURISMO Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES	120
2.2.1.- La protección jurídica de los consumidores	120
2.2.1.I.- El movimiento de protección del consumidor	120
2.2.1.II.- Disposiciones legales protectoras de los consumidores	123
2.2.1.III.- Concepto de consumidor	128
2.2.1.IV.- Derechos reconocidos a los consumidores y usuarios	137
2.3.- DERECHO TURÍSTICO	173
2.4.- POLÍTICA COMUNITARIA EN MATERIA TURÍSTICA Y DE PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES	181
2.4.1.- Evolución de la política comunitaria de protección de los consumidores	183
2.4.2.- Evolución de la política comunitaria en materia turística	194
2.5.- PANORAMA GENERAL DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL TURISTA	204
 CAPÍTULO 3.....	 221
EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO Y SU REGULACIÓN.....	221
3.1.- INTRODUCCIÓN	221
3.2.- LOS CONTRATOS TURÍSTICOS	223

3.3.- EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO: ELEMENTOS	
OBJETIVOS Y SUBJETIVOS. CARACTERES	226
3.3.1.- Elementos personales	232
3.3.1.I.- Agencia de viajes	239
3.3.1.II.- Personas físicas titulares de Agencias de viajes	245
3.3.1.III.- Sucursal de una Agencia de viajes extranjera	249
3.3.2.- Caracteres y naturaleza jurídica del contrato de viaje combinado	256
3.4.- CONTENIDO CONTRACTUAL	261
3.4.1.- Obligaciones de los organizadores y detallistas	261
3.4.1.I.- El contrato de viaje combinado como contrato de adhesión	262
3.4.1.II.- Promoción publicitaria de viajes combinados: el folleto	
informativo	270
3.4.1.III.- Forma y contenido del contrato	282
3.4.1.IV.- La ejecución del viaje	289
3.4.2.- Obligaciones del consumidor	291
3.4.2.I.- Confirmación y cesión de la reserva	295
3.5.- LA MODIFICACIÓN DEL CONTENIDO CONTRACTUAL ANTES	
DEL INICIO DEL VIAJE	299
3.5.1.- La revisión del precio	299
3.5.2.- La modificación de los elementos esenciales del contrato	301
3.5.2.I.- Supuesto de hecho	302
3.5.2.II.- Consecuencias jurídicas	304
3.6.- LA EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO	306
3.6.1.- Resolución por modificación significativa del contrato no aceptada	
por el consumidor	306
3.6.2.- Cancelación del viaje	308
3.6.3.- No confirmación de la reserva	309
3.6.4.- Consecuencias jurídicas de la extinción del contrato de viaje	
combinado	309
3.6.5.- Extinción del contrato por el consumidor	313

3.7.- EL INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO	317
3.7.1.- Supuestos de incumplimiento durante la realización del viaje	318
3.7.1.I.- Consecuencias jurídicas	320
3.7.1.II.- La prestación defectuosa de los servicios comprometidos	326
3.7.2.- El principio general del art. 11 de la LVC	330
3.7.2.I.- Causas de exoneración de la responsabilidad	343
3.7.2.II.- Daños indemnizables	351
3.7.2.III.- Cláusulas más comunes de exclusión de la responsabilidad de las agencias de viajes	355
3.7.2.IV.- Limitación de la cuantía de la indemnización	362
3.8.- LA ACCIÓN PARA EXIGIR LA RESPONSABILIDAD. PLAZO DE PRESCRIPCIÓN	367
3.9.- GARANTÍA DE LA RESPONSABILIDAD DEL ORGANIZADOR Y DEL DETALLISTA	370
CONCLUSIONES	375
BIBLIOGRAFÍA	389
ANEXOS	417

ABREVIATURAS

ACAV	Asociación Catalana de Agencias de Viajes
AEDAVE	Asociación de Agencias de Viajes Española
AETO	Asociación de Tour operadores Españoles
AIEST	Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo
AP	Audiencia Provincial
apart.	apartado
art.	artículo
APT	Airline Passenger Tariff
ATE	Administración Turística Española
AUE	Acta Única Europea
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch (Código Civil alemán)
CC	Código Civil
Cc	Código de Comercio
CE	Constitución Española
CEE	Comunidad Económica Europea
CEOE	Confederación Española de Organizaciones Empresariales
CET	Comisión Europea de Turismo
coord.	coordinador
D. A.	Disposición Adicional
DOCE	Diario Oficial de las Comunidades Europeas

DVC	Directiva 90/314/CEE, de 13 de junio de 1990 relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados
ECTAA	Asociación de Agencias de Viajes de la Comunidad Europea
EFTA	European Free Trade Association
FEAAV	Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes
FUAAV	Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes
GDS	Global Distribution System
GEFTA	Guild of European Business Travel Agents
IATA	International Air Transport Association
IFTO	Federación Internacional de Tour Operadores
INC	Instituto Nacional de Consumo
INSERSO	Instituto Nacional de los Servicios Sociales
IMSERSO	Instituto de Migraciones y Servicios Sociales
IPC	Índice Precios al Consumo
IRU	International Road-Union
LCC	Ley 7/1995, de 23 de marzo, de Crédito al Consumo
LCEM	Ley 26/1991, de 21 de noviembre, sobre Contratos Celebrados fuera de los Establecimientos Mercantiles
LCGC	Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación
LDApT	Ley 421/1998, de 15 de diciembre, sobre Derechos de Aprovechamiento por Turno de Bienes Inmuebles de Uso Turístico y Normas Tributarias

LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de L'economie Rural
LCC	Ley 7/1995, de 23 de marzo, de Crédito al Consumo
LGDCU	Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios
LGP	Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad
LNA	Ley 48/1960, de 21 de julio, sobre Navegación Aérea
LOCM	Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista
LOTT	Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres
LRCP	Ley 22/1994, de Responsabilidad Civil por los Daños Causados por Productos Defectuosos
LSA	Texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, de 22 de diciembre de 1989
LSRL	Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada
LSSICE	Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico
LVC	Ley 21/1995, de 6 de julio, reguladora de los Viajes Combinados
nº	número
ob.cit.	obra citada
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económico
OM	Orden Ministerial
OMT	Organización Mundial del Turismo
OPEP	Organización de Países Exportadores de Petróleo

OTAN	Organización del Atlántico Norte
p.	página
pp.	páginas
PIB	Producto Interior Bruto
RD	Real Decreto
RRM	Reglamento del Registro Mercantil (RD 1.784/1996, de 19 de julio)
SAP	Sentencia de la Audiencia Provincial
SCR	Sistemas Computarizados de Reservas
ss.	siguientes
STJCE	Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas
STC	Sentencia del Tribunal Constitucional
STS	Sentencia del Tribunal Supremo
STSJ	Sentencia del Tribunal Superior de Justicia
TCE	Tratado de la Unión Europea, firmado en Maastrich el 7 de febrero de 1992 y reformado por el Tratado de Ámsterdam, de 2 de octubre de 1997 y por el Tratado de Niza de 26 de febrero de 2001
TCEE	Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, firmado en Roma el 25 de marzo de 1957
UE	Unión Europea
UNAV	Unión Nacional de Agencias de Viajes
UNIDROIT	Unificación del Derecho Privado
vol.	volumen
WATA	Asociación Mundial de Agencias de Viaje

CAPÍTULO 1

APROXIMACIÓN A LA CUESTIÓN: EL TURISMO. NATURALEZA, ELEMENTOS Y ESTRUCTURA

1.1.- INTRODUCCIÓN

El análisis jurídico del turismo debe partir de su consideración como un fenómeno complejo en el que influyen multitud de factores, que se reflejarán en las normas surgidas en cada momento histórico con la finalidad de regularlo. La delimitación del concepto de turismo y turista, nos permite centrar el objeto de nuestro estudio, teniendo en cuenta que se trata de una actividad consustancial al género humano. En el turismo concurren tres notas características: la primera se centra en la consideración del turismo como actividad basada en la realización de

desplazamiento y estancias de las personas fuera de los lugares en los que reside, la segunda se refiere a la motivación de tales desplazamientos, es decir que sea una actividad de ocio y la tercera característica se refiere a la temporalidad de los viajes.

Para conocer bien este fenómeno, que denominamos turismo y que ha cambiado la forma de concebir la sociedad y los modos de vida de determinados sectores de la misma es necesario conocer, aunque sea de forma general, la historia de estos desplazamientos. Por ello realizamos un breve análisis de los orígenes del turismo prestando atención a los cambios producidos a partir de la segunda mitad del siglo XX, que lo convierte en un fenómeno económico y cultural que afecta a millones de personas en todo el mundo. El paso de un turismo para privilegiados a un turismo de masas se debe no sólo a cambios económicos, sino también sociales y tecnológicos. El turismo se convierte en una importante industria que todos los países quieren explotar ya que sus beneficios económicos son múltiples distribuyendo la renta dentro del país, creando empleo, equilibrando la balanza de pagos, etc. Siendo el turismo un factor de desarrollo con un potencial de futuro muy relevante a escala mundial. Las formas de expresión del fenómeno turístico han experimentado profundos cambios, atendiendo a las mutaciones que afectan a la sociedad y a los gustos de los turistas, que se resisten a ser un consumidor sin más.

El estudio de la evolución histórica del turismo no puede dejar a un lado al turismo español que en cuarenta años de desarrollo acelerado ha convertido a nuestro país en una de las principales potencias turísticas mundiales. La visión general de la evolución histórica del turismo en España, nos permite conocer el alcance y la finalidad de las normas destinadas en cada momento a regularlo.

El análisis de este fenómeno socioeconómico no se puede realizar de un modo sectorial, sino de forma multidisciplinar sacando conclusiones generales. El turismo genera un sistema de interrelaciones entre el turista con las empresas encargadas de la prestación de los servicios turísticos, con el destino turístico en el

que transcurre su estancia y con los intermediadores encargados de la organización del viaje. El análisis de las principales empresas turísticas nos permitirá entender las relaciones jurídicas que éstas entablan con los turistas.

1.2.- NATURALEZA Y CONCEPTO DE TURISMO

1.2.1.- Etimología de las palabras turismo, turista y viaje

El origen etimológico de las palabras turista, turismo y viaje es variado y la mayoría de las veces estos vocablos proceden de lenguas cultas o clásicas. Existen también autores que se inclinan por un origen anterior llegando a vislumbrar la posibilidad del origen hebreo de la palabra *“tour”* y así indican que en la Biblia aparece el pasaje en el que Moisés envía un grupo de representantes al país de Canaán para visitarlo e informar de sus condiciones; *“tur”* es hebreo antiguo, actualmente no existe, y significaba “viaje de descubrimiento”.¹

Parece haber también una cierta relación de estas palabras con determinadas costumbres de la clase aristocrática inglesa del siglo XVIII. En este sentido, a finales del Renacimiento surgió la costumbre entre los ingleses de enviar a sus hijos a hacer un gran viaje al Continente con el fin de complementar sus estudios y adquirir experiencia personal.² Este viaje tenía una gran duración, entre tres y cinco años, razón por la que se le denominó “gran tour”, de donde parece que derivan los términos “turismo”, y “turista”.³ El motivo de estos viajes además del recreo era una formación para la futura carrera diplomática, sus finalidades

¹ En estos mismos términos se expresa DE LA TORRE PADILLA, O., *El Turismo fenómeno social*. México, 1980, p. 15, al hacer referencia a HAULOT, A., “Le Tourisme et la Bible”, *Revue de l'Académie Internationale*, que cita el pasaje bíblico del Libro de los Números, XIII, 17.

² “Es por eso en Gran Bretaña donde se encuentra hacia 1800, por primera vez el término turista para designar a aquellos que hacían el grand tour. Desde 1811 el término turista significa de forma explícita la teoría y la práctica del viaje por placer como la principal motivación”, LANQUAR, R. *Le Tourisme International*, Paris, 1986, p. 5.

eran políticas, pero también culturales y de diversión. Esta ruta iniciada con el lugar de destino hacia Francia-París, pronto se extenderá a lugares como Roma, Ámsterdam, Madrid y otros centros políticos y culturales.

En el inglés del siglo XVIII, aparece en 1760 el vocablo "*turn*" probablemente como galicismo del francés "*tour*". Las raíces "*turn*" y "*tour*" proceden del latín "*tornus*" (torno) como sustantivo, y "*tornare*" (redondear, torrear), y en latín vulgar, girar, como verbo⁴. Parece pues que el "*tur*" británico cedió su lugar al "*tour*", este último de influencia francesa, dando lugar al vocablo "*tour'er*" (el que hace "*tours*"), éste vocablo y "*tourist*" son sinónimos. Más tarde se prefirió utilizar el término "*tourist*", más culto y profesional, quizás por el influjo de los viajes a Grecia y Roma.⁵

Por otro lado los libros de viajes⁶ hacia principios del siglo XIX aparecen con títulos que hacen referencia a su contenido: viajes de..., relación de viajes de...; travels through...; voyage en... Posteriormente los vocablos "*tours*" y "*touristes*" se generalizan. La primera vez que se emplean referidos a España es en 1836 en la obra de tres tomos de Thomas Roscoe, "The tourist in Spain", ilustrados por David Roberts, y se referían a Andalucía, Vizcaya y las dos Castillas. Hacia 1843 aparece una publicación de mayores límites geográficos (Marchiones of Londonderry: "A Journal of three Months Tour in Portugal, Spain, África" London, 1843). Por el mismo tiempo se produce la aparición de guías turísticas escritas por ingleses, a

³ Ver LAVAUR, L., "Glosario histórico del término turístico", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 15, 1967, pp. 33-83.

⁴ En este sentido una de las primeras apariciones de estos términos la encontramos en la Inglaterra del siglo XII, donde se emplea el vocablo "*tor*" (giro, viaje circular, de ida y vuelta), acepciones que hacen difícil distinguir que vocablos proceden directamente del latín "*tornus*" y cuales de "*tornare*".

⁵ En The Shorter Oxford English Dictionary se citan, con fecha 1800 y 1811, respectivamente, los términos *tourist* y *tourism*, a los cuales se les daban las acepciones siguientes, *tourista*: persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etc., *tourismo*: la teoría y la práctica de viajar, viajando por placer.

⁶ La primera vez que se emplea "*tour*" como título en la portada de una publicación es precisamente en un libro inglés sobre España (SWINBURNE, HENRY: "Picturesque Tour Spain" Londres,

través de las cuales se describen los atractivos de la Península Ibérica (Oishea “Guía de España y Portugal”, Londres, 1842).

1.2.2.- Concepto de Turismo

Las primeras definiciones del fenómeno turístico se producen a principios del siglo XX por autores como Guyer o Schullern que realizan las primeras aproximaciones, aunque en éstas se trata más bien de una descripción del hecho turístico que un concepto en sí mismo. Según esto decimos que fueron los tratadistas de la Escuela Berlinese, después de la primera Guerra Mundial, los que dieron un primer concepto de turismo convirtiéndolo en una materia científica.⁷ Así GLUCKSMANN⁸ dice que es *“el vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia”*, definición ésta en la que se destaca la importancia del sujeto agente, el turista. Bormann, en 1930, lo define como *“el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o los motivos comerciales, profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal”*.⁹

Sin embargo, la definición más utilizada no se debe a los economistas berlineses, sino a dos profesores suizos de la Universidad de Berna, Walter Hunziker y Kurt Krapf: *“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos*

1810). Al que sigue otra publicación sobre Francia (STENDHAL: “Memorias de un turista” París, 1828).

⁷ Ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo*, Madrid, 1991, p. 23.

⁸ En *Revista Verkehr und Bader*, 1929, p. 40. MORGENROTH propone una definición similar pero que abarca otros aspectos, para este autor el turismo es el “tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia, para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales”.

⁹ Se incluye un elemento nuevo en este concepto de turismo como es la motivación del viaje, mientras que otros autores se basan en diferentes facetas del turismo para realizar sus definiciones así por ejemplo el consumo de lujo o las motivaciones de ese movimiento de personas.

producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa". Esta definición es más completa que las anteriores ya que recoge todos los fenómenos que se producen con ocasión del turismo: el desplazamiento, la estancia temporal, el viajero, el lugar de estancia y la relación que se produce entre todos ellos; además ha sido adoptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST)¹⁰

La Conferencia Internacional sobre Estadísticas de los Viajes y del Turismo celebrada en Ottawa (Canadá) en 1991, definió el turismo como *"las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos"*. Además se dieron una serie de recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo que fueron adoptadas por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, en 1993.¹¹ En ellas se incluye una clasificación de las formas de turismo en el ámbito internacional:

- Turismo interno (domestic): el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de ese país.
- Turismo receptor (inbound): el de los no residentes que viajan únicamente dentro del país dado.
- Turismo emisor (outbound): el de los residentes del país, dado que viajan a otro país.

¹⁰ Posteriormente se definió el turismo por BURKART, A. J. y MEDLIK, S., como "los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos", sin embargo esta definición deja fuera los viajes por motivos de negocios. MATHIESON y WALL dan una definición similar a la anterior pero con algunas variantes "El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas" en *Tourism. Economic, Phisycal and Social Impacts*, UK, 1982, p. 87.

¹¹ Ver AGUI LÓPEZ, J L., "Definiciones: Turismo y turista" *Revista Papers de Turisme*, nº 14-15, Valencia, 1994, pp. 19-21.

Pueden describirse las mismas formas de turismo sustituyendo la palabra país por región, en cuyo caso dichas formas de turismo no se referirán ya a un país, sino a una región. La denominación región puede designar tanto a una zona dentro de un país como a un conjunto de países.¹²

Otra clasificación del turismo se basa en la duración de la estancia y diferencia entre turismo de estancias o residencial y turismo itinerante. En el primero el tiempo que dura el viaje es muy corto en relación con la estancia final en el lugar de destino, por el contrario en el turismo itinerante casi no hay estancias y la mayor parte del tiempo sólo se viaja, con lo cual el desplazamiento constituye el objeto del viaje. Por otro lado dependiendo de la capacidad económica del turista se diferencia entre turismo de élite o de clases altas, turismo de masas¹³ y turismo social, éste incluye a las personas con menor renta o patrimonio: jubilados, jóvenes, etc.

Al examinar los textos legislativos comprobamos que no existe un concepto restringido de turismo, sino que se hace referencia indistintamente y en sentido amplio, a actividades turísticas, interés turístico, empresas turísticas, profesiones turísticas, etc. Las primeras normas hacían alusión a peregrinos, forasteros, hospitales, mesones... las cuales regulaban los precios, elementos y servicios de hospederías.¹⁴

En el siglo XX, cuando la Administración comienza a reglamentar el turismo creando órganos que los fomentan y controlan, encontramos las primeras

¹² Estas tres formas de turismo pueden combinarse de diferente manera y surgen otras categorías de turismo como son el turismo interior que incluye el turismo interno y el turismo receptor; el turismo nacional que lo forma el turismo interno y el turismo emisor y por último el turismo internacional que incluye el turismo emisor y el turismo receptor.

¹³ Se entiende el turismo de masas como una forma de consumo en masa caracterizada por una estandarización de los procesos de producción y de los propios productos, quedando el control en manos casi siempre de unos pocos productores, ver AGUILÓ, E., "Turismo y medio ambiente en el nuevo modelo de desarrollo turístico", en *Turismo. II Congreso Universidad Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, p 506.

¹⁴ Así el Real Decreto de 13 de mayo de 1857 que regulaba el funcionamiento de los carruajes destinados a la conducción de viajeros y la Real Orden de 27 de noviembre de 1858 referente a la actividad de las casas de huéspedes, fondas y hospederías.

referencias legales al término turismo o turista. Así el Real Decreto de 6 de octubre de 1905, por el que se crea la Comisión Nacional para fomentar en España las excursiones artísticas y de recreo del público extranjero, emplea los términos “turista” o “turismo” en el preámbulo. El Decreto de 19 de junio de 1911, creador de la Comisaría Regia del Turismo, tampoco recoge una definición de turismo, aunque destaca el carácter cultural del mismo.¹⁵

El Decreto 745/1928, de 25 de abril, que estableció el Patronato Nacional de Turismo, al igual que sucede con las normas anteriores tampoco da una definición del turismo, aunque sí habla de mejorarlo y de la mejora de la industria hotelera, la creación de escuelas de turismo, etc. Igualmente el Decreto del Ministerio de Información y Turismo de 15 de febrero de 1952, pese a definir la competencia de la Dirección General de Turismo y enumerar una serie de actividades que pueden ser calificadas de turísticas, no entra a definir el turismo. Se encuentra por primera vez en textos legislativos una definición general de turismo en el preámbulo de la Ley 48/1963, de 8 de julio, sobre competencia en materia turística, que lo considera como *“Movimiento y estancia de personas fuera de su lugar habitual de trabajo o de residencia por motivos diferentes de los profesionales habituales en quien los realiza”*.¹⁶ Se trata de un concepto de turismo bastante amplio, ya que no pone límite temporal o duración del viaje o estancia, lo único que se pide es la realización de un desplazamiento respecto del lugar habitual de trabajo o residencia. Por lo que respecta a las motivaciones del viaje, se excluyen los desplazamientos por motivos profesionales habituales.

¹⁵ La intervención administrativa a principios del siglo XX se produce fundamentalmente con medidas de policía y fomento, ver en este sentido GARCÍA MACHO, R., "La legislación turística: naturaleza jurídica; relaciones entre derecho estatal, autonómico y local", en *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. RECALDE CASTELLS, A. y GARCÍA MACHO, R., Valencia, 2000, pp. 22-25.

¹⁶ Ver ROCA ROCA, E., CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R., *La regulación jurídica del Turismo en España*, Almería, 1998, pp.28 y 29.

1.2.2.I.- Concepto de Turista

No se ha obtenido un concepto jurídico de turista como cliente que se verá más adelante, de entre los conceptos de turista surgidos de las convenciones internacionales no existe ninguno definitivo y todos ellos han nacido con fines estadísticos. La Conferencia de Naciones Unidas sobre Turismo y los Viajes Internacionales, que se celebró en Roma en 1963, recomendó una definición de visitante como *"persona que visita un país diferente de aquel en el cual tiene de ordinario su residencia, con fines distintos del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita"*. En esta definición se podrían encuadrar dos tipos de personas que viajan: los turistas y los excursionistas. Los primeros de ellos, los turistas serían aquellos visitantes temporales que permanecen al menos 24 horas en el país que visitan y las motivaciones de su viaje se podrían resumir en: placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión, deporte, negocios, familia, misiones, reuniones. El segundo tipo serían los excursionistas, es decir, los visitantes que permanecen menos de 24 horas en el país que visitan (incluidos los viajeros que realizan cruceros).¹⁷

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes, por lo tanto el término visitante es el concepto básico para el conjunto del sistema de estadísticas de turismo. Además define al visitante internacional como *"toda persona que se desplaza fuera de su propio país de residencia, cualquiera que sea el motivo del viaje y utilizando cualquier medio de transporte, incluso a pie"*. Al mismo tiempo los visitantes internacionales se dividen en turistas (visitantes que pernoctan) y visitantes del día (excursionistas), el turista es el visitante que permanece una

¹⁷ En esta definición hay que destacar que no se estableció una duración máxima de la estancia y que el desplazamiento realizado no será como consecuencia de una actividad laboral. Además el problema de esta definición se encontraba en el concepto de residencia habitual ya que cada Estado lo entendía de manera diferente. Ver HUÉSCAR MARTÍNEZ, A., "Nuevo Marco Conceptual del Turismo", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 117, 1993, pp. 23-48.

noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado; sin embargo el visitante del día es el que no pernocta en el país visitado.¹⁸

En este concepto no debemos incluir a:

- las personas que entran o salen de un país como emigrantes, incluidas las personas que los acompañan o que se unen a ellos.
- las personas que se conocen generalmente como trabajadores fronterizos, que residen cerca de la frontera de un país y que trabajan en otro país.
- los representantes diplomáticos y consulares y miembros de las fuerzas armadas del país que salen para incorporarse a su lugar de destino en el extranjero o viceversa, incluidas las personas que los acompañan o que se reúnen con ellos como personas a cargo o empleados domésticos.
- las personas que viajan como refugiados o nómadas.
- las personas en tránsito que no entran formalmente en el país a través del control de pasaportes (tales como los pasajeros llegados por vía aérea que permanecen durante un corto espacio de tiempo en un área determinada del aeropuerto o los pasajeros de crucero a los que no se les permite desembarcar). Los pasajeros en tránsito, que atraviesan un país para dirigirse a otro, se clasifican como visitantes.

Por otro lado se define al visitante interno como *“toda persona que se desplaza dentro de su propio país de residencia, cualquiera que sea el motivo del viaje y utilizando cualquier medio de transporte, incluso a pie”*. Además, las siguientes categorías de viajes no deberán quedar incluidas en las llegadas y salidas de visitantes internos:

¹⁸ En esta definición se incluye a los pasajeros de un crucero, que son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche al buque a dormir, aunque éste permanezca en el puerto varios días; también están comprendidos los propietarios o pasajeros de yates y los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren y se incluyen los miembros de las tripulaciones que son los tripulantes que no pasan la noche en el país de destino. Ver VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*, Madrid, 2001, pp. 7-8.

- residentes que se desplazan a un lugar situado en el interior del país con intención de establecer su residencia habitual.
- personas que se desplazan a un lugar situado en el interior del país con el fin de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.
- personas que se desplazan con el fin de trabajar, a título temporal, en instituciones dentro del país.
- personas que se desplazan con regularidad o frecuentemente entre localidades vecinas por motivo de trabajo o estudio.
- nómadas y personas sin residencia fija.
- fuerzas armadas en maniobras.

En este intento de definir el concepto de turista también intervino la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Viajes que lo considera como "un visitante temporal que permanece durante, al menos, veinticuatro horas en el país visitado y cuya estancia puede ser clasificada bajo una de las siguientes categorías: a) Ocio, recreo, fiesta, salud, estudio, religión, deporte; b) Negocios, familia, misión, reunión".¹⁹

Pero además en la definición de turista habrían de tenerse en cuenta las distintas formas que éste puede tomar, encontrando así las tipologías que lo diferencian del resto de los viajeros. El comportamiento turístico tiene rasgos estables y claramente identificables; distinguiendo cuatro clases diferentes de turistas según el grado de exposición del turista al ambiente visitado.²⁰

1. Turismo de masas organizado. En este grupo se incluyen los que prefieren una seguridad y familiaridad dada por una organización e infraestructura turística.

2. Turismo de masas individual. Análogo al anterior pero es el propio turista quien, a través de una agencia de viajes, organiza su viaje.

¹⁹ En esta definición encontramos como una de las razones o motivos de su naturaleza la del ocio, actividad esta que se puede encontrar en todo viaje cualquiera que sea el propósito del mismo.

3. Explorador. El turista organiza y realiza sus propios planes. Intenta mantener una acomodación confortable y familiar.

4. Vagabundo. El turista no contacta con la industria turística. Vive el ambiente y vida de la población a la que viaja sin organización previa ni horarios preestablecidos.

1.2.2.II.- Concepto de Destino Turístico

Al hablar de destino turístico, en el contexto de nuestro trabajo, nos deberemos referir a grandes entidades, tales como países, regiones y ciudades a los que viajar, más que a determinadas atracciones y recursos a visitar, lugares de los que se van a formar una imagen a contrastar con la imagen obtenida normalmente de una información previa. Los atractivos que debe poseer un destino turístico se pueden dividir en tres categorías: naturales que incluyen aspectos como el sol, el mar, los bosques, etc.; fabricados por el hombre como las atracciones tipo a los parques temáticos, los museos, los edificios históricos, etc.; y la hospitalidad de la que se caracterizan aquellos destinos turísticos según el trato que ofrecen a sus visitantes. Esas diferentes entidades que componen el destino turístico pueden dar nombre a alguno de los diferentes tipos de turismo como veremos más adelante.²¹

La imagen que se tenga del destino turístico influirá en los consumidores a la hora de proyectar sus viajes. Esa imagen se forma basándose en la información recibida, que en el caso del destino turístico tienen su origen en la literatura promotora (folletos de viaje y carteles), en la opinión de otras personas (familia, amigos y agentes de viaje) y en los medios de comunicación (periódicos, revistas,

²⁰ Ver COHEN, E., "Towards a sociology of international tourism", *Social Research*, nº 39, pp. 164-182.

²¹ El Turismo tiene lugar en unos destinos particulares que se caracterizan por poseer unas cualidades que atraen a los visitantes, en este sentido en un destino turístico hay dos aspectos claves: la presencia de un conjunto de características que atraen y el hecho de que esa atracción debe ser experimentada por personas que no residan en el destino.

libros, televisión, etc.), a las que se añade la propia experiencia y la información previa del sujeto.²²

Es pues importante desde el punto de vista que tratamos en este trabajo el modo de cumplimiento de las imágenes generadas a través de las campañas de promoción, planificación y publicidad turísticas. Si estas imágenes llegan a ser reales para el turista, consumidor al fin, tal cual proponen los medios publicitarios, se logrará una satisfacción personal que redundaría en el posterior beneficio turístico.

1.2.3.- Formas de Turismo

Como hemos visto la palabra turismo presenta diferentes acepciones entre las que podemos encontrar algunas que etimológicamente están relacionadas con la palabra "*tour*" y así se entiende este concepto como viaje de ida y vuelta o gira, en contraposición a la concepción de viaje como migración o viaje de ida y estancia definitiva en un lugar.

Este tipo de viaje ha estado históricamente condicionado por la evolución tecnológica de cada momento que ha motivado los cambios en los desplazamientos y en la transformación de los medios de transporte. Se llegó a concebir el turismo como transporte independientemente de la finalidad de ese viaje o de la estancia del turista. Además de estos condicionantes o generadores habría que considerar la evolución de las condiciones socioeconómicas de la clase media²³ en los Estados Unidos y en Europa tras los movimientos reivindicativos

²² Sin embargo se intenta detectar las tendencias o los hechos sociológicos de fondo que funcionan como anclajes de las motivaciones y de su repercusión sobre la demanda y oferta turísticas, ver FERREIRO PIÑEIRO, J. A., "Turismo y sociedad", en *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 270-271.

²³ Se produce un aumento en el presupuesto de las vacaciones, presupuesto que no sólo se destinaba a un viaje anual sino a dos o más, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general del turismo de masas*, Madrid, 1991, pp. 44-47.

que se concreta en el reconocimiento de las vacaciones y jubilaciones retribuidas y en el incremento del nivel de vida y de la salud. Al tener más tiempo libre y más poder adquisitivo, surge un cambio en la concepción de ahorro de épocas pretéritas, por la mentalidad consumista y de gasto.

Así la clase social pudiente que era la que anteriormente sólo podía acceder a este tipo de viajes se ve en competencia con la clase media alta, masificándose estos viajes, convirtiéndose el turismo en la materialización del ocio.²⁴

Esta masificación genera una transformación en la mentalidad económica, en la administrativa, en la mercantil, etc., que hace concebir al turismo como una fuente de ingreso, como una industria que produce riqueza y transformación, con un conjunto de efectos positivos y negativos. Y así los lugares de recepción de esos viajeros, conocedores de la potencialidad económica que pueden generar, sufren una transformación; los destinos turísticos, determinados por las tendencias turísticas del momento, transforman la infraestructura previa urbana, agrícola o industrial en otra industria de servicios hacia el turismo.²⁵ Del mismo modo otros lugares, que no contaban con cuota de afluencia turística, modifican también su infraestructura para la acogida de otros tipos no tradicionales de turismo como el de congresos, el turismo deportivo, el ecológico, etc.

Se producen también un cambio de mentalidad hacia la organización social de la vida, lo que puede generar diversos tipos de turismo según las motivaciones, como: el cansancio de la vida ciudadana; la huida de la contaminación y de la vivienda-prisión; el ansia de la vida al aire libre; la ruptura con el reloj y el calendario; la liberación de la mujer o de la familia, la aparición de la filosofía del consumismo; la tendencia a la disolución de la vida familiar tradicional; el rejuvenecimiento de la tercera edad; la jubilación adelantada; las actitudes y

²⁴ Para ver la relación entre el tiempo de ocio y el ocio turístico ver ÁLVAREZ SOUSA, A., *“El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas”*, Ed. Bosch, Barcelona, 1994, pp. 41-42.

²⁵ Hay que destacar dentro del cambio de la infraestructura urbana la interdependencia de los ejes de comunicación y el desarrollo del turismo, ver en este sentido FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Geografía general del Turismo de masas*, Madrid, 1991, pp. 10-22.

modas juveniles, el cambio de clima, el naturismo y nudismo, el paisajismo, etc. Tipos o formas de turismo estos que vamos a analizar en el siguiente apartado.

1.2.3.I.- Turismo de sol y playa

El término “Turismo de litoral” o simplemente “Turismo de Sol y Playa” resume el concepto de turismo vacacional nacido y asentado en el Mediterráneo y que nace en los años cincuenta. En este grupo incluimos al turismo que tiene por fin el descanso, diversión o entretenimiento, términos éstos que aunque un poco amplios definen un tipo característico de turismo dirigido principalmente a la ocupación del tiempo libre de vacaciones y encauzado hacia el sol, la playa y todas las actividades lúdicas de ese entorno.²⁶ Como veremos posteriormente a principios del siglo XX la salud fue la principal motivación para acudir a las playas. El uso del litoral como necesidad médica y la moda de turismo de la aristocracia originaron este tipo de turismo de playa.²⁷ Las primeras playas en utilizarse con fines turísticos fueron las playas del Canal de La Mancha o del Norte de España, San Sebastián, Santander, y otras se pusieron de moda en esa época.²⁸

El aumento del poder adquisitivo de la clase trabajadora y los avances de los medios de transporte, ahora al alcance de muchas más personas, son dos de los factores determinantes en el incremento del disfrute del tiempo libre. Con esto la moda de turismo de playa se extiende al Mediterráneo europeo, Costa Azul, Riviera y costas españolas. Posteriormente se produce un declive en estos núcleos

²⁶ De todos éstos el turismo de litoral ha sido tradicionalmente el preferido por las corrientes turísticas, y en el que es posible realizar actividades de descanso, diversión y entretenimiento. Ver ROSSEL RECASENS, J. M., “Turismo de litoral”, en *50 años...*, ob. cit., p. 639.

²⁷ Hablar de turismo de esta época es hablar de grupos de élite de clase alta que veían en el consumo de viajes una forma más de desmarcarse del resto de la sociedad o de identificarse con la clase social a la que pertenecían. El fenómeno viajero que se dejó sentir de modo coyuntural entre las dos Guerras Mundiales se incrementó posteriormente en los años cincuenta.

²⁸ Las corrientes de visitantes a las playas del Canal de la Mancha tuvieron una gran importancia desde 1900 hasta los años de la posguerra con turistas que llegaban de las dos orillas del Canal, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Geografía general...*, ob. cit., pp. 260-261.

turísticos que se ven amenazados por la búsqueda por parte de la demanda de otros destinos que les ofrezcan mar y sobre todo buen clima a un precio asequible. Hay un desplazamiento de grandes grupos hacia el Sur y nace el turismo de masas que poco a poco irá anexionando durante las épocas veraniegas los destinos del Mediterráneo.²⁹

Surgen así los dos destinos de Sol y Playa más importantes, España e Italia, a los que hay que añadir otros destinos del sur de Europa como Yugoslavia, Portugal, Grecia, etc., que crearán una demanda propia con una infraestructura excepcional. Hemos de tener en cuenta la relevancia que tuvo para el incremento de esta industria la creación del reactor, impulsor del vuelo charter, recordemos que con el Jumbo o Boeing 747 nace el avión más seguro del mundo, con una mayor capacidad y seguridad en los vuelos y construido a un coste netamente más bajo que todos los anteriores. Esto permite a los tour operadores ofertar bonos, que incluyen además del importe del viaje y alojamiento otros servicios todos ellos comprados en origen. Posteriormente proliferan los tour operadores que en la década de los sesenta ofertan casi exclusivamente los productos de Sol y Playa vacacional, sufriendo en los setenta una clarificación del mercado que llega a consolidarse en los ochenta.³⁰

Pero este tipo de turismo presenta ciertas desventajas, siendo la principal de ellas su estacionalidad. La estacionalidad del turismo de litoral genera problemas graves como saturación de los núcleos receptores, desarrollo urbanístico no regulado, tráfico, contaminación, pérdida de identidad cultural, etc. A esto hemos de añadir, que este tipo de turismo se puede caracterizar por presentar un menor gasto por día que el turista de calidad y, en consecuencia, generar menor empleo,

²⁹ Ver VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., p. 256.

³⁰ Ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 790-792.

además de contaminar más y ocupar más espacio, características típicas del turismo de masas.³¹

Este tipo de turismo sigue siendo el que mayor volumen de visitantes mueve, pero está perdiendo “cuota de mercado” en relación con otros tipos de turismo por la tendencia del turista a hacer más participativa y activa su estancia. El turista demanda un conjunto de actividades como la práctica de deportes, la aventura, etc.³² Por lo que aquellas playas que no ofrezcan al visitante estas opciones estarán penalizadas competitivamente.

1.2.3.II.- Parques de ocio y temáticos

La Travel Industry Association de EE.UU. revelaba en 1997 que el cincuenta por ciento de sus clientes preferían en sus viajes las experiencias a los destinos. Este cambio de paradigma en el enfoque turístico supone un gran desafío para los profesionales de este sector, al tener que gestionar y ofrecer un producto en el que se primen las experiencias y emociones, a los destinos e instalaciones. Estos cambios necesitan redefinir los enfoques y características sociales de sus clientes, las acciones promocionales y el producto en definitiva.³³

Aunque existían ya los Parques de Atracciones, la creación de estos parques instalados en grandes extensiones de terreno, generalmente fuera de las

³¹ El problema fundamental de la zonas en las que se desarrolla el turismo de litoral es la inadaptación del núcleo receptor a las nuevas necesidades como son la insuficiencia de las redes de suministro de energía eléctrica, de agua; la saturación en las líneas telefónicas, la congestión en los transportes colectivos etc. Ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Teoría y técnica del Turismo*, Madrid, 1984, pp. 477-478.

³² El perfil del turista que opta por este tipo de destino turístico está caracterizado por su procedencia de todos los estratos sociales y con todos los niveles profesionales y culturales, aunque en el turismo de masas predomina el estrato social y poder adquisitivo medio y medio bajo; suele ser un turismo familiar, parejas, deportistas, jóvenes y en temporada baja la tercera edad, ver ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos y servicios de las Agencias de viajes*, Madrid, 1999, pp. 836-837.

³³ Ver SEOANE YERZA, A., "Parques temáticos como nuevo producto turístico" en *50 años...*, ob. cit., pp. 781-782.

ciudades y que como el adjetivo “temáticos” indica, orientados hacia uno o varios temas concretos como los dibujos animados (Disney, Asterix), la historia y la geografía mundial (Isla Mágica, Terra Mítica), la naturaleza y los animales (Busch Gardens), la tecnología (Futuroscope), el mundo del cine (Universal, MGM y Warner Bros), etc. originó otro tipo de turismo, el de entretenimiento y diversión.³⁴

La primera instalación que merece ese nombre fue Disneyland en Anaheim (California) en 1955, extendiéndose después a Europa (Francia) y Asia (Japón), es sin duda el dominador de este mercado. De ellos Estados Unidos ha hecho un reclamo turístico importante, siendo el país con más parques temáticos del mundo. Es curioso, además, que un gran número de esos parques se concentre en la zona de Orlando (Florida), zona en la que, a excepción del clima, no existen grandes recursos turísticos.

La climatología influye en la instalación de estos parques, ya que los Parques temáticos funcionan normalmente al aire libre, es pues explicable que se construyan en zonas soleadas como Florida y California o en España, aunque a veces hay motivos económicos que priman como sucedió con Disney París.³⁵

En cuanto a la generación de recursos económicos y laborales, los parques no sólo generan empleo directo, sino también indirecto; reducen la estacionalidad y son un buen atractivo para los turistas. Normalmente se abona una entrada única para el disfrute de cualquier atracción, precio que viene a oscilar entre los 24 y los 30 euros. Hay otros servicios que se abonan de forma independiente, como la restauración, los recuerdos, los productos fotográficos y el alojamiento.

³⁴ VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., recogen una clasificación de clasificación de los quince parques de ocio/temáticos principales del mundo y de los diez primeros europeos, en *El mercado...*, ob. cit., p. 264.

³⁵ En el caso del parque Terra Mítica una de sus principales características fue su potencial para abrir casi todo el año debido al microclima de Benidorm, ver FUERTES EUGENIO, A. M. y MOLINA PUERTAS, C. A. "Parques Temáticos y especialización del territorio: el caso de Terra Mítica (Benidorm)". *Turismo. II Congreso Universidad Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, pp.534-535.

En este tipo de turismo se ofrece una sensación diferente a la vida cotidiana del resto del año, hay una diferenciación que se refleja en todos los elementos del destino turístico, la arquitectura, los contenidos, el personal, etc.³⁶

1.2.3.III.- Turismo rural y de naturaleza

La ecología, la observación del paisaje, la flora y la fauna, el medio ambiente y su conservación es una de las preocupaciones de la sociedad actual. Esta tendencia se manifiesta también en el modo de viajar, en el turismo, siendo uno de los tipos de turismo que más ha aumentado en estos últimos años.³⁷

El turismo rural podríamos definirlo como aquel tipo de turismo que se desarrolla en localidades pequeñas, de interior, costeras o en el campo, donde la actividad económica más importante es la agricultura, la explotación forestal, la ganadería o la pesca. La motivación que mueve a los turistas está muy ligada al medio ambiente, buscándose por lo común localidades en las que prima el modo de vida tradicional.

Igual que sucedió en diversos países europeos, también en España, este tipo de turismo responde en su origen a una necesidad de encontrar instrumentos de desarrollo para las áreas rurales en declive, áreas en las que las actividades tradicionales como la agricultura y la ganadería han entrado en crisis. Se instrumentan medidas necesarias por parte de las instituciones públicas a fin de

³⁶ Según ALBERT PIÑOLE, I., los turistas que visitan los parques temáticos se podrían encuadrar dentro del turismo cultural entendiendo éste de un modo amplio, en *Gestión, productos...*, ob. cit., p.864.

³⁷ Entre las causas que han producido la expansión del turismo en las zonas rurales están la demanda en la sociedad de las actividades recreativas al aire libre, la preocupación por el medio ambiente y la valoración social de los activos ambientales, ver CALATRAVA, J., "Agricultura y turismo en el medio rural: aspectos conceptuales y algunas reflexiones sobre su interacción" en *Turismo y Medio Ambiente*, ed. BUENDÍA AZORÍN, J. D. y COLINO SUEIRAS, J., Madrid, 2001, pp. 133-135.

potenciar las actividades turísticas que sustituyan a las tradicionales, evitando con ello la desertización y despoblamiento de esas zonas.³⁸

La aparición del turismo rural en España, como industria turística, es muy reciente, encontrándonos en 1967 con la primera normativa al respecto, donde se regulan en el ámbito estatal las llamadas "Casas de Labranza". Evidentemente el que una oferta turística, al igual que cualquier otro producto o servicio, se desarrolle con éxito, implica que existe una demanda dispuesta a consumirla y así las primeras ofertas de turismo rural se ponen en marcha no como consecuencia de unos estudios previos de demanda, sino básicamente para aprovechar unas líneas de ayuda establecidas por la Unión Europea como ya hemos dicho con el fin de diversificar las actividades económicas en las zonas rurales, propiciando un turismo que estaba muy desarrollado en algunos países europeos entre los que hay que incluir los vecinos Francia y Portugal y que se potencia en España a principios de los años ochenta llegándose a desarrollar ampliamente en la década de los noventa.³⁹

Esta oferta turística que se inició limitada en sus elementos, en su funcionamiento y relaciones, dada la inexistencia de agentes intermediarios de la actividad, sufre una rápida evolución produciéndose una serie de innovaciones importantes en la estructura del mercado turístico español con la incorporación de nuevos destinos turísticos,⁴⁰ que aunque poco significativas respecto a la amplia

³⁸ La finalidad del turismo rural en la mayoría de los casos es la recuperación de las viviendas tradicionales evitando el deterioro del patrimonio arquitectónico, la implantación de la industria turística como complementaria de la agrícola, poner fin al despoblamiento de esas zonas a través de la creación de empleo directo e indirecto, ver VALDÉS PELÁEZ, L. y DEL VALLE TUERO, E. A., "Experiencias comparadas de turismo rural en España" en *Turismo. II Congreso Universidad y Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, pp. 595-596.

³⁹ Ver SORET LAFRAYA, P., "Turismo rural y de naturaleza" en *50 años...*, ob. cit., p.723.

⁴⁰ Los antecedentes del turismo rural en España lo encontramos en 1967 en el programa de "Casas de Labranza" a cargo del Ministerio de Agricultura y la Subsecretaría de Turismo, pero el empuje fundamental se dio en los años ochenta por el Consejo de Investigación Científica a través de varios proyectos en distintas regiones españolas entre los que hay que destacar el de Taramundi, Asturias. Ver SORET LAFRAYA, P., "Turismo rural..." en *50 años...*, ob. cit., p.722-731.

oferta turística española, tiene gran valor estratégico en la imagen turística española al ofrecer otro tipo de turismo más acorde con los tiempos actuales.

Por otra parte este tipo de turismo no supone elevados ingresos para las localidades en las que se encuentra, ya que en principio el tipo de cliente de estos establecimientos suele ser familiar o incluso juvenil (grupos de amigos, clubes) e infantil, con reducido gasto por persona y día. La estancia no suele ser prolongada, limitándose a fines de semana y puentes y raramente a periodos más largos y además en estas zonas no existen servicios turísticos complementarios en donde el turista pueda realizar un gran gasto.⁴¹

Pero la juventud de este producto turístico no implica simplicidad en el mismo, sino todo lo contrario ya que el desarrollo de este producto ha supuesto la creación de nuevas figuras de alojamiento, inexistentes anteriormente en la legislación turística española. La principal figura, y más característica, es la casa rural, en su doble vertiente de casa rural completa y habitación en casa rural. Esta oferta de casas en áreas rurales para uso turístico existía en la realidad desde hace muchos años y en algunas zonas concretas en un número importante, aunque solo era para el uso de la casa en sí, sin que hubiese infraestructuras de equipamiento y servicios mínimos como los de restaurante. A esto hemos de añadir la ausencia del marco jurídico definitorio de los servicios, infraestructuras y equipamientos mínimos, vacío legal que no amparaba al turista como consumidor de este producto.

Este rápido y reciente crecimiento ha generado en las Comunidades Autónomas con competencia turística una proliferación de normativas al respecto, existiendo en España en la actualidad reguladas más de treinta figuras de

⁴¹ El perfil de la demanda de este tipo de turismo está formado por parejas jóvenes con o sin hijos que proceden de la ciudad, son de una clase social media y media alta y con una sensibilidad al precio; por lo que esperan que el medio ambiente esté cuidado y sea tranquilo y si tienen hijos que aprendan prácticas rurales o el contacto con los animales de las granjas, ver ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., p. 842.

alojamiento de turismo rural.⁴² Esta regulación excesivamente dispar entre Comunidades Autónomas dificulta acciones conjuntas de promoción y comercialización e impide una imagen de marca general. Aunque básicamente los tipos más significativos son los dos de casas rurales y un tercero de hotel en zonas rurales, los nombres de alojamientos y ofertas son muy variados (casa rural, hotel rural, casas de aldea, posadas, casa de payés, masía, etc.).⁴³ A estos podemos añadir otras figuras específicas de determinadas zonas o circunstancias como el camping rural (camping caseríos, camping cortijo, etc.), los centros de turismo rural o albergues rurales.⁴⁴

Otras características a considerar en este tipo de turismo en actual desarrollo son las implicaciones de la administración local o autonómica y la incorporación de nuevos empresarios sin formación turística. Respecto a la primera hay que señalar una notable implicación de entidades públicas locales, comarcales y regionales en el turismo rural y el desarrollo turístico de las zonas afectadas, algo inusual anteriormente en los lugares de turismo tradicional. Esto ha potenciado la creación de diferentes figuras asociativas que integran a todos los agentes, preocupados por el crecimiento de esta actividad y deseos de colaborar en ello, como consorcios, mancomunidades, asociaciones sin ánimo de lucro, etc.⁴⁵

⁴² En las distintas Comunidades Autónomas existen denominaciones diferentes para productos similares o incluso denominaciones similares para productos distintos por lo que sería necesario una mayor uniformidad para poder conocer mejor la oferta de cada Comunidad, la misma opinión mantienen VALDÉS PELÁEZ, L. y DEL VALLE TUERO, E. A., "Experiencias comparadas...", ob. cit., p. 599.

⁴³ En cuanto a sus requisitos, son tan variados que sería complicado hacer una lista de todos ellos. Los más comunes impiden el establecimiento de alojamientos rurales en las ciudades y la costa; limitan el periodo de estancia (15 días, por ejemplo) la capacidad de los mismos (6, 10, 12 plazas, etc); no pueden instalarse en edificios de pisos, etc.

⁴⁴ Así por ejemplo en las Islas Baleares el Decreto 62/95 de 2 de junio establece tres tipos de alojamientos en el medio rural: el hotel rural, el alojamiento de agroturismo y el alojamiento de turismo de interior; en Cantabria el Decreto 31/97 de 23 de abril los clasifica en palacios y casonas, posadas de Cantabria, casas de labranza, viviendas rurales y albergues; en Cataluña el Decreto 214/95 de 27 de julio los divide en casa de payés, masía, casa de pueblo, alojamiento rural independiente, en Galicia la Orden de 2 de enero de 1995 establece los pazos, las casas de aldea y las casas de labranza; etc.

⁴⁵ De modo que la administración pública interviene en la promoción del turismo rural a través de la prestación de servicios de alojamiento formando parte de consorcios dedicados a esta actividad,

La segunda de las características señaladas ha sido la incorporación a este mercado de personas con un perfil profesional y unas características personales muy distintas a las que se consideran típicas dentro de la actividad turística y en general de cualquier tipo de nueva empresa. Este empresariado está compuesto mayoritariamente por habitantes de áreas rurales cuya dedicación laboral anterior o simultánea es la agrícola, ganadera u otra rural, normalmente muy alejada de la turística, compartiendo pues las funciones empresariales con las agropecuarias tradicionales. Ello ha supuesto una enorme necesidad de formación específica tanto en sus contenidos como en sus métodos, debido al desdoblamiento del mercado turístico y a las necesidades del colectivo al que se dirige.

La UE ha apostado decididamente por impulsar el turismo rural en los países miembros estableciendo programas de ayuda como LEADER y LEADER II (Liaison Entre Actions de Développement de L'economie Rural) gestionados, en el caso de España, por los órganos respectivos de las Comunidades Autónomas.⁴⁶

También relacionados con este tipo de turismo están los Parques Nacionales y los Parques Naturales, como zonas del territorio menos modificadas por la mano del hombre y que son zonas que gozan algún "status" de protección. La creación de parques naturales tuvo su origen en Estados Unidos, que en 1879 crea el Parque Yellowstone con el objetivo de proteger la vida salvaje y los ecosistemas. Esta idea se extendió a todo el mundo, creándose en España el primero en 1918 en la Montaña de Covadonga, ampliándose y pasando

también fomentan este tipo de turismo mediante la concesión de ayudas o subvenciones que se destinan a la recuperación del patrimonio arquitectónico y a la publicidad, y por último la actividad de ordenación que se realiza por parte de la administración se centra principalmente en la prestación de servicios de alojamiento sin preocuparse por la protección y conservación del medio ambiente siendo esta idea una de las principales promotoras del turismo rural, ver BLANQUER CRIADO, D., "Régimen jurídico del turismo rural", en *Turismo. II Congreso Universidad y Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, pp. 604-614.

⁴⁶ Los objetivos perseguidos por estos programas eran conocer mejor la demanda del ocio del espacio rural, desarrollar la oferta tanto en volumen como en calidad, organizar mejor la oferta turística y su vinculación con la demanda y estimular la creación de polos turísticos rurales que dispongan de equipos básicos (piscina, tenis, etc.) y actividades culturales, ver SORET LAFRAYA, P., "Turismo rural...", ob. cit., pp. 724-726.

posteriormente a denominarse Picos de Europa.⁴⁷ A escala internacional, por su extensión y fauna merece la pena destacar a los parques africanos. Uno de los problemas que puede acarrear la creación de estos parques es su conservación, problema este que se solventa con las aportaciones económicas que el turismo rural o ecológico genera, haciéndolo autosuficiente.

1.2.3.IV.- Turismo de salud

Como veremos con posterioridad, este tipo de turismo es de los más antiguos que conoce la humanidad, siendo el que impulsó los baños termales. En el mundo helénico esta actividad estaba muy difundida y ya se conocían termas como las de Delos y Olimpia en el siglo V a. C., llegando a gozar de buena reputación en este mundo.⁴⁸ La popularización de estos baños se logró con la romanización, ya que adoptaron los conocimientos curativos del agua de la cultura helénica y utilizaron las termas como centro de reunión y esparcimiento social, llegando a utilizarse prácticamente en todas las ciudades. Esta cultura balnearia perdura a lo largo de la historia de la humanidad sufriendo ciertos altibajos según las costumbres sociales y religiosas del momento.⁴⁹

Además de la función social la mayoría de las veces las termas cumplen una función terapéutica dependiendo de la peculiaridad de cada balneario, de la calidad y composición de sus aguas. Esta función a veces ensombrecida por los avances de la medicina ha permanecido a lo largo de los siglos y en la actualidad

⁴⁷ España cuenta con más de 160.000 hectáreas de parques nacionales, si bien existen hasta tres millones de hectáreas de espacios protegidos ya que hay otras figuras además de la que hemos visto aquí; en aquellos espacios que son objeto de visitas turísticas se ponen en práctica medidas de gestión de visitantes y capacidad de carga para evitar el deterioro, ver VERA REBOLLO, F., "Turismo y Medio Ambiente", *50 años...*, ob. cit., pp. 496-497.

⁴⁸ FERNÁNDEZ FÚSTER, L., señala como también en la época romana el cordobés Séneca llega a clamar contra el lujo y el despilfarro de estas instalaciones, en *Geografía general...*, ob. cit., p. 71.

⁴⁹ Ver ARMIJO VALENZUELA, M. y SAN MARTÍN BACAICOA, J., *Curas balnearias y climáticas. Talasoterapia y helioterapia*, Madrid, 1994, pp. 38 y ss.

siguen utilizándose tras un periodo de decadencia estando muy relacionado su redescubrimiento con la vuelta a la naturaleza que se ha producido en el último tercio del pasado siglo XX.⁵⁰

En la actualidad la infraestructura balnearia tiene como núcleo principal la estación termal donde afloran las aguas,⁵¹ existiendo además otras zonas como las medicinas sanitarias, en las que se pasa consulta a los clientes que acuden para el tratamiento, las dedicadas al alojamiento y manutención de los clientes y las de esparcimiento. Los establecimientos termales se han modernizado y ampliado su oferta. Ya no se limitan al tratamiento de dolencias varias tanto de origen reumático como respiratorio, dermatológico, circulatorio, como se ha venido haciendo a lo largo de su historia, sino también contribuyen a la curación de estados anímicos actuales motivados por la calidad de vida actual, como el stress.⁵²

Las características socioculturales actuales (aglomeración, ruidos, contaminación, rapidez del ritmo de vida, etc.) propicia la demanda de una modalidad de turismo sosegado y desmasificado, lo que ha motivado la creación de centros de talasoterapia y balneoterapia que han proliferado en las dos últimas décadas principalmente en las costas mediterráneas españolas.⁵³ La clientela

⁵⁰ El Libro Blanco del Turismo Español establecía "el nacimiento de un nuevo mercado basado en la puesta en forma bajo la dirección médica y que España contaba con una tradición balnearia que podría ser relanzada con éxito a condición de adecuar el producto a las actuales necesidades, gusto y preferencias de la demanda", Secretaría General de Turismo, Madrid, 1990, p. 52.

⁵¹ Las aguas minero-medicinales tienen la siguiente clasificación: sulfatadas (se aplican a dispepsias digestivas y discinesias biliares), sulfuradas (para procesos reumáticos, dermatológicos y respiratorios crónicos), bicarbonatadas (son beneficiosas contra la obesidad, diabetes, gastritis y artrosis), carbogaseosas (para el tratamiento de enfermedades cardíacas crónicas, arteriopatías, etc.), radiactivas (para reumatología y trastornos infraneuróticos), oligominerales (para el tratamiento de enfermedades del riñón y de las vías urinarias), ferruginosas (su principal utilidad es la aportación de hierro), peloides (es la denominación científica de los lodos, fangos, barro, etc., se aplican a los reumatismos crónicos y rigideces articulares), ver la página de internet www.hidromed.com.

⁵² Las distintas terapias que puede albergar un establecimiento termal son: por motivación física (antiestrés, dermatología, antireumatismo, aparato digestivo, riñón y vías respiratorias) y por motivación psicológica (estética y adelgazamiento), ver COSTA PÉREZ, A., "Turismo de salud", en *50 años...*, ob. cit., pp. 739-741.

⁵³ La talasoterapia que forma parte de las especialidades de los curhoteles y consiste en la utilización de las aguas del mar o lago salado con fines terapéuticos o preventivos, los baños de

tradicional de estos centros ha sufrido cierta transformación, de las personas de edad avanzada que frecuentaban y frecuentan estos centros se ha pasado a una clientela joven de alto poder adquisitivo que, durante los fines de semana, en el veraneo de montaña o de naturaleza, acude a estos centros como medida de compensación y restablecimiento.

1.2.3.V.- Turismo de negocios

Los negocios, entendidos como una actividad no solo de realización de contratos lucrativos sino también con las gestiones ante organismos administrativos, reuniones, viajes de incentivos, asistencia a congresos y conferencias, ferias, etc., tienen una motivación turística más.⁵⁴ Las características de estas reuniones son: que generalmente están convocadas por asociaciones u organismos determinados relacionados con cierta rama del saber o quehacer humano y que tienen como fin la mejora de sus objetivos. Estos encuentros pueden tener cierta periodicidad en su celebración y en ellos el cliente se caracteriza por un poder adquisitivo medio alto.

Este turismo es generalmente urbano, precisa de instalaciones e infraestructuras adecuadas, existiendo ciudades en las que el turismo de negocios se celebra con más pujanza que en otras,⁵⁵ buena prueba de ello es el creciente

mar pueden ser fríos con un efecto tonificante y estimulante del sistema nervioso o se aplica de forma hipertermal que produce un efecto sedante y analgésico, ver MELGOSA ARCOS, F. J., "Turismo de salud: termalismo y balnearios", en *Turismo. III Congreso Universidad y Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 372-373.

⁵⁴ Los viajes profesionales se pueden dividir en los siguientes grupos: viajes profesionales individuales o en grupo, viajes de vacaciones para grupos de empresa, viajes de incentivos, viajes a ferias y exposiciones, mercado de reuniones en el que se incluyen los congresos, conferencias, convenciones y otras reuniones.

⁵⁵ Entre las causas de expansión del mercado de los viajes profesionales podemos indicar la globalización empresarial, la expansión del fenómeno asociativo profesional y empresarial, avances tecnológicos que favorecen la intercomunicación, expansión del dominio de las lenguas extranjeras por parte de los profesionales de países desarrollados y además las estrategias de marketing

aumento que están teniendo los Palacios de Congresos y Exposiciones en gran número de poblaciones, en los que se provee a los clientes de todo tipo de elementos y personal necesario. A esta infraestructura hay que añadir, la de los alojamientos y transporte desde estos al lugar de reuniones y la posible participación en actividades lúdico folklóricas.⁵⁶

El negocio turístico derivado de estos eventos tiene dos características esenciales: por una parte el gasto medio por turista se multiplica varias veces respecto a la media global, por otra este tipo de turista es un turista cautivo que suele volver a participar en otras convocatorias de estos eventos. Estas dos circunstancias incrementan la rentabilidad de esta parcela de la industria turística.⁵⁷

1.2.3.VI.- Turismo cultural

Este tipo de turismo se puede definir como el desplazamiento de personas cuya motivación principal es conocer manifestaciones culturales, artísticas, arqueológicas, monumentales y cualquier otra actividad humana que contribuya al enriquecimiento cultural. Es un turismo urbano y su desarrollo tiene lugar generalmente en ciudades que pueden disponer de estas actividades y atracciones

desarrolladas por las empresas turísticas y las ciudades interesadas en este mercado, ver ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., p. 876

⁵⁶ Ver FERNÁNDEZ MARCOS, A. *Organización turística*. Madrid, 1981, pp. 122-130.

⁵⁷ El creciente interés que la administración pública, tanto estatal como autonómica, ha demostrado por la actividad congresista prueba que es un fenómeno socioeconómico en expansión, la temporada alta del turismo de negocios suele coincidir con la temporada baja del turismo convencional y el ingreso diario que genera un turista de negocios es de cinco a siete veces superior al del turista convencional, ver AGUILAR ROSSEL, Y., MARCOS VALDUEZA, H., PLANA PUJOL, J. R., DE SEBASTIÁN CARAZO, C. y VOGELER RUIZ, C., "Turismo de reuniones: ferias, work-shops, congresos e incentivos", en *50 años...*, ob. cit., pp. 694-697.

culturales o cuenten con un patrimonio histórico artístico, como museos, festivales, teatros y espectáculos, monumentos, etc.⁵⁸

La revaloración del patrimonio como elemento de atracción social y el consumo de cultura se convierten en una seña de identidad de nuestra civilización contemporánea. El consumo de la cultura configura todo un sistema productivo comercial y promocional que caracteriza a los destinos turísticos urbanos metropolitanos más desarrollados.⁵⁹ De ello es buena muestra las cualidades de este turista que programa cuidadosamente su viaje, combina a menudo la cultura con otras motivaciones, suele tener un poder adquisitivo alto, valora el respeto por el entorno medioambiental y cultural y, aunque deja los aspectos económicos para un segundo plano, suele valorar la relación calidad precio muy objetivamente.⁶⁰

Según VIDAL BENEYTO,⁶¹ el turismo cultural puede constituir el fundamento de un nuevo concepto de turismo sostenible. La masificación del turismo constatada tanto por la Unión Europea como por el Consejo de Europa y la UNESCO hay que conciliarla con la calidad del mismo, por lo que se acordó presentar el turismo cultural como un medio para transformar esa calidad, que parecía no estar en consonancia con la masificación. Se reconocía así el papel

⁵⁸ El patrimonio cultural tiene un significado muy amplio que abarca todos los testimonios de la acción del hombre y de la naturaleza, en la definición de cultura caben todas las concepciones del tiempo, de la historia, de lo artístico, lo técnico, lo popular y lo etnológico, ver MORÉRE MOLINERO, N., "Turismo cultural", en *50 años...*, ob. cit., pp. 701-702.

⁵⁹ Las cantidades invertidas en la conservación del patrimonio histórico provocan beneficios sobre la economía local y regional, beneficios directos como la creación de empleo entre los profesionales de la restauración y conservación del patrimonio, también generan beneficios directos las inversiones en infraestructuras y en el entorno de los monumentos; y por otro lado entre los beneficios indirectos de las inversiones en patrimonio están los rendimientos turísticos, ver GUIASOLA LERMA, C., "Turismo cultural y preservación del patrimonio histórico y su entorno", *Turismo. II Congreso Universidad y Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, pp. 699-701.

⁶⁰ ALBERT PIÑOLE, I., realiza un análisis de las características de este tipo de viajero exigente que espera conocer y "vivir" la manifestación cultural que le interesa, en *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 868-870.

⁶¹ En "Le tourisme culturel européen et le développement durable" (déclaration de Majorque), *Ibidem*, Alicante 1997 pp. 37-39.

determinante que iba a jugar el patrimonio y la cultura, para la convergencia de intereses económicos y sociales.

La gestión del patrimonio cultural, en el que descansa este turismo, corresponde a las instituciones, los particulares o a la administración⁶² que sea titular de los monumentos, museos, restos arqueológicos o arquitectónicos. Por lo que son ellas las que deben organizar, publicitar y gestionar principalmente este turismo,⁶³ especialmente las ciudades que tienen un rico patrimonio histórico artístico, ya que la afluencia masiva de visitantes genera graves problemas como el cuidado y mantenimiento de su patrimonio, la pérdida del uso tradicional de la ciudad cuyos ciudadanos se trasladan al exterior, la congestión urbana y la insuficiencia de infraestructura y suministros, etc.

1.2.3.VII.- Turismo activo y deportivo

Entendemos por turismo activo a aquél turismo en el que el viajero demanda participar, pasando de ser mero espectador a ser protagonista. En este modelo podemos encontrar actividades tan variopintas como la práctica de deportes o de las aventuras con relativo riesgo. Estas actividades generalmente consideradas como complementarias de las actividades turísticas se han ido transformando pasando de ser consideradas como segmentos minoritarios del mercado turístico a convertirse en auténticos productores, ofreciéndose como finalidad del objeto de la realización del viaje turístico.

⁶² El art. 46 de la Constitución Española establece que los Poderes Públicos deben promover el enriquecimiento y conservación del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran, cualquiera que sea su régimen jurídico y su titularidad.

⁶³ Los titulares de bienes históricos tienen la obligación de permitir las visitas a la vez que pesan sobre ellos limitaciones en las obras de reforma de los bienes inmuebles o en la exportación de los bienes muebles, así se encuentra regulado por la Ley 16/1985 de Patrimonio histórico español de 25 de junio.

La actividad turística está habitualmente asociada con otros segmentos del mercado como el turismo rural y el de aventura, generalmente en un entorno natural y cuya motivación es la realización de deporte,⁶⁴ y por último es un turismo activo porque hay una participación directa del protagonista y no la mera observación.

Este turismo, demandado por una clientela joven, dinámica y urbana con un interés por el culto al cuerpo y al aire libre, requiere de unas instalaciones creadas para la práctica de los deportes y de una inversión en material deportivo, lo que genera la creación de empresas que oferten, organicen y gestionen estas actividades.⁶⁵

Cuatro grandes grupos de turismo podemos englobar en el turismo activo, todos ellos relacionados con algún deporte, estos son: turismo náutico, turismo de nieve, turismo de caza y pesca, turismo del golf.

El turismo náutico, relacionado con la práctica de deportes como la navegación a vela, a motor, el esquí náutico y el buceo, se circunscribe básicamente a lugares en los que exista la infraestructura necesaria que facilite la realización de los mismos. En la mayoría de los puertos comerciales y pesqueros ha existido un club náutico que ha servido como punto de encuentro para la práctica de estas actividades deportivas, actividades estas realizadas generalmente por las clases sociales de alto poder adquisitivo.

La realización de estos deportes requiere de determinadas instalaciones náutico deportivas como talleres, almacenes de reparación y mantenimiento de embarcaciones, tiendas de suministro de materiales y equipamientos, además de establecimientos hosteleros, de ocio alimentación, etc. Surgen también un

⁶⁴ Los deportes que más se comercializan en las agencias de viajes son los deporte náuticos a vela y a motor, el esquí en todas sus variedades, el trekking, el , la caza, la pesca, la bicicleta, la hípica, los deportes motorizados como el automovilismo y por último el tenis o el paddle, ver ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos...*, ob. cit, pp. 853-854.

⁶⁵ Pero también existe otro tipo de demanda que son los aficionados que simplemente observan el deporte y que viajan en grupo o de forma individual a los grandes acontecimientos deportivos.

desarrollo inmobiliario y urbanístico⁶⁶ en estas zonas desarrolladas junto a los puertos deportivos que dan servicio tanto a los turistas como a residentes y visitantes, siendo la calidad suministrada por los puertos deportivos españoles de una media global alta.⁶⁷

El turismo de nieve, reservado históricamente a las clases de alto poder adquisitivo, ha tenido una incidencia reciente en la vida social y política. Esta modalidad turística que se inicia en 1850 con el deseo de los hoteleros suizos de rentabilizar sus inversiones que antes de esta fecha solo se destinaban al turismo estival, y esta acción se propaga por distintas regiones de montaña apareciendo en el Pirineo Catalán la primera estación de montaña española, a la que posteriormente se añaden otros centros en los Pirineos, en el Macizo Central, en el Macizo Penibético, etc.⁶⁸

Estas instalaciones de montaña precisan de una infraestructura como hoteles, restaurantes, tiendas, además de los mecanismos necesarios que garanticen la práctica del esquí, como pistas y remontes básicamente. A todas estas hemos de añadir la accesibilidad desde los centros urbanos que garantice el desplazamiento del turista y de los productos de consumo. Toda esta infraestructura necesita de unos promotores generalmente grupos y sociedades mercantiles que aportan la inversión necesaria.

⁶⁶ Si bien surgieron multitud de problemas ya que las leyes de costas anteriores a 1988 tenían numerosas imperfecciones, con lo que particulares y empresas consiguieron edificar en suelos que en principio eran públicos e incluso se dio el caso de playas privadas, pero la Ley de Costas de 1988 prohibió el comercio entre particulares del dominio público marítimo terrestre, ver MORENO CÁNOVES, A., *Régimen jurídico del litoral*, Madrid, 1990, 170-181.

⁶⁷ Los puertos deportivos surgieron en España por primera vez en 1970 con Puerto Banús, aunque después se fueron extendiendo por toda la geografía, surgen así Estepona, Puerto Sherry, Port d' Aró, Puerto Tomás Maestre, Puerto de la Cruz, etc., ver COSTA PÉREZ, A., INIESTA ALONSO-SAÑUDO, A. y TORRES RIESCO, J. C., "Turismo activo y deportivo", *50 años...*, ob. cit., pp. 750-752.

⁶⁸ A finales del siglo XX el sector español de las estaciones de montaña ingresa más de 1.202 millones de euros, la oferta superó la crisis de los años ochenta y mejoró sus instalaciones y servicios acortando la distancia existente con la oferta internacional competidora, ver COSTA PÉREZ, A., INIESTA ALONSO-SAÑUDO, A. y TORRES RIESCO, J. C., "Turismo activo...", ob. cit., pp. 772-774.

El turismo de caza y pesca está relacionado con determinadas extensiones de terreno y cotos que proporcionan una actividad mercantil de amplias repercusiones.⁶⁹ Esta actividad origina en nuestro país unos beneficios que pueden rondar los tres millones de euros además de producir unos beneficios ecológicos al conservar la naturaleza, mantener el hábitat natural y autóctono y proporcionar a los propietarios la renta necesaria que garantice la conservación del terreno sin necesidad de tener que destinarlos a la agricultura.

La caza tiene importancia en la actividad turística al utilizarse establecimientos turísticos destinados casi específicamente a este menester. Aparecieron así los primeros paradores, como el parador de la Sierra de Gredos en 1928, con el objetivo de prestar el mejor alojamiento y servicio a los cazadores.⁷⁰ Esta actividad, que en principio solo la practicaban los que tenían alto poder económico, se populariza a finales de los años setenta y se abren los cotos a miles de aficionados al comprar los puestos de caza, al pagar por pieza capturada, por disparo, etc.

Con esto surgen diferentes centrales de caza y establecimientos hoteleros de diferentes categorías explotados por lugareños que comercializan los servicios relacionados con esta actividad. Conociendo el potencial de este turismo las agencias de viajes inician en los años setenta los procesos comerciales de los cotos de caza y así se extiende la oferta a los turistas extranjeros.

Respecto a la pesca, este deporte tiene relevancia en la pesca fluvial, surgiendo establecimientos turísticos al tiempo que se comercializan determinados

⁶⁹ El aprovechamiento cinegético de un terreno debe hacerse de forma ordenada y conforme a un plan técnico justificativo de la cuantía y modalidades de las capturas a realizar, BLANQUER CRIADO, D. enumera las reglas a las que se debe someter la explotación de un coto de caza, en *Derecho del Turismo*, Valencia, 1999, pp. 181-183.

⁷⁰ España es un paraíso cinegético por su situación como reducto de especies en el sur de Europa y por sus modalidades específicas de caza: monterías, rececho, ojeo; el llamado paraíso de la caza se centra en los montes de Toledo, Ciudad Real, Albacete, Badajoz y en menor medida Cáceres, Córdoba, Jaén, Burgos, Soria o Salamanca, ver COSTA PÉREZ, A., INIESTA ALONSO-SAÑUDO, A. y TORRES RIESCO, J. C., "Turismo activo...", ob. cit., pp. 775-777.

proyectos respecto a los diferentes tipos de peces como el salmón o la trucha, pero no llega a tener la potencialidad económica que presenta la caza.⁷¹

El turismo del golf es el típico turismo de acción y ocio que está sufriendo un auge importante actualmente en España.⁷² El campo de golf debe proporcionar al usuario las mejores condiciones materiales e inmateriales para la práctica satisfactoria y reglamentaria del golf y de las actividades complementarias comerciales y hoteleras.

Necesita pues de unas prestaciones elevadas y de un equipamiento comunitario de alta calidad y gran atracción. Los campos de golf necesitan de unas instalaciones y un sistema de organización y gestión complejo que asegure la práctica deportiva. Esto implica una organización que disponga de modernos sistemas de gestión empresarial a fin de garantizar la calidad del servicio. Estos elementos están constituidos por las instalaciones, equipamientos de localización geográfica y acceso, campos de prácticas y de juego, edificios sociales y de actividades complementarias.⁷³

Existen tres modelos básicos de explotación de los campos de golf según los tipos básicos de explotación: privados, comerciales y mixtos. En los privados el socio es el único partícipe de las instalaciones, son los tipos de clubes más tradicionales en los que los usuarios adquieren el título de socio o de adhesión puesto a la venta por la sociedad propietaria del club. El club comercial o también abierto, muy utilizado en zonas de variado flujo turístico donde la residencia es

⁷¹ En la pesca, al igual que en la caza, las Comunidades Autónomas determinarán los terrenos y las aguas en las que pueden realizarse estas actividades y las fechas hábiles para cada especie, BLANQUER CRIADO, D., realiza un análisis de la regulación catalana, en *Derecho...*, ob. cit., pp. 201-202.

⁷² El aumento de la afición por el golf a partir de la Segunda Guerra Mundial ha llevado a que multitud de centros de recepción completen su oferta con campos de golf, ver en este sentido ORTEGA MARTÍNEZ, E., "La economía del golf. Su evolución en el mundo y en España", *Estudios Turísticos*, nº 114, 1992, pp. 19-40.

⁷³ Existen otros elementos no materiales como la idoneidad de la localización, la facilidad de acceso, el valor ambiental y paisajístico del entorno, el diseño del campo y su dificultad deportiva, la tranquilidad, limpieza, seguridad, comodidad, etc, que garantizan la cotización y calidad del campo.

poco permanente, posee un modelo de explotación de instalaciones en el que el acceso y uso es público para todo tipo de usuario, lo que permite una utilización más intensa de las instalaciones con un fin lucrativo y no solo de interés social. En cuanto al tipo de club mixto es una mezcla de los dos anteriores y depende del aprovechamiento de las características de los anteriores que se han de adaptar a las necesidades concretas, permitiendo a los socios unas cuotas inferiores a los privados con una rentabilidad que aportan el resto de usuarios.⁷⁴

1.3.- REFERENCIA HISTÓRICA DEL TURISMO

No somos inventores sino herederos de algo que estaba en la mente de nuestros antecesores, de ese viaje que tenía como finalidad no la estancia definitiva, sino el conocer lugares nuevos y disfrutar de su existencia y modo de vida, por ello conviene pensar en los antecedentes de ese hecho histórico que denominamos turismo y que ha cambiado la forma de concebir la sociedad y los modos de vida de determinados sectores y sociedades.⁷⁵

La historia de los viajes es casi tan antigua como la del hombre, por lo que es necesario que hagamos distinciones y nos intereseamos principalmente por aquellos que hoy llamaríamos turísticos. No podemos catalogar de turística, por ejemplo, a la migración de un pueblo en busca de mejores asentamientos, ni a las

⁷⁴ Este tipo de turismo está desarrollándose en los últimos años en diferentes Comunidades Autónomas con la consiguiente polémica que suscita al necesitar los campos de golf, para el mantenimiento de las pistas, gran cantidad de agua que en zonas de escasez lo palian con la utilización de agua reciclada. Así la Ley 12/1988 de 17 de noviembre de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, parcialmente modificada por la Ley 6/1990 de 6 de junio establece en su art. 4 la obligación del promotor del campo de golf de adjuntar en la solicitud justificación de la procedencia y cantidad de agua que se utilizará para regar el campo.

⁷⁵ "Para comprender bien el turismo moderno en toda su complejidad y en sus diferentes aspectos, es necesario presentar aunque sea de forma general la historia de estos desplazamientos, sin considerarlos por ello como desplazamientos turísticos semejantes a los de nuestros días", STAVRAKIS, D, *Le phénomène touristique international*, Paris, Editions d'aujourd'hui, 1979, p. XVII.

expediciones militares, porque carecen de uno de los elementos esenciales del turismo: la libertad. Un pueblo no abandona su territorio más que en caso de extrema necesidad, ya que las profundas transformaciones que va a experimentar durante el éxodo pueden llegar a hacerle perder su propia identidad. En general, no podemos incluir como turísticos aquellos movimientos de personas cuya finalidad es distinta al descanso y el ocio, la religión, la salud, los negocios, la cultura o las relaciones familiares.

Para poder realizar todas estas actividades es preciso disponer de tiempo libre, y dedicar ese tiempo al ocio. De ahí que tradicionalmente se haya vinculado el turismo con el progreso de la técnica, lo que ha permitido que la sociedad cada vez disfrute de más tiempo libre.⁷⁶

En la antigüedad se produjeron fenómenos parecidos a los que hoy en día se les califica de turísticos, aunque a menor escala. Así en la Grecia Clásica se dio al ocio un sentido distinto.⁷⁷ Su afición por los viajes fue notable para la época y fueron muchos los escritores helenos que contaron historias sobre viajes. Además los miembros más ricos de las sociedades alejandrina y ateniense poseían residencias veraniegas, a las que acudían anualmente huyendo del sofocante calor reinante en las ciudades y buscando la relajación de la montaña.⁷⁸ Igualmente se pueden citar la afluencia de viajeros a visitar templos, gimnasios y termas. Muy especialmente deben destacarse las Olimpiadas, celebración mitad religiosa, mitad deportiva, que se celebraba en la ciudad de Olimpia y que congregaba a muchas personas que acudían desde todos los puntos del territorio. También hay que

⁷⁶ El turismo está en relación con un tiempo libre continuado y éste se remite a las vacaciones anuales pagadas, para ver la relación entre estos dos factores ÁLVAREZ SOUSA, A., "*El ocio turístico...*". ob- cit., pp. 36-42.

⁷⁷ Los griegos despreciaban el trabajo al que consideraban un menester de esclavos, la única forma de vida admisible para un griego era la que se dedicaba por completo al ocio, mediante el autodesarrollo a través de la educación y la contemplación. El tiempo libre lo dedicaban a la cultura, las diversiones, la religión y el deporte.

⁷⁸ Ver WOLFE, R. I., "Recreational travel: the new migration", *Geographical Bulletin*, nº 2, 1967, pp.159-167.

señalar las afluencias de espectadores al teatro, por el que sentían especial inclinación.

Para los romanos el ocio era entendido como un tiempo de descanso para el cuerpo y de recreación para el espíritu, al contrario que los griegos el ocio se convierte en un medio para conseguir un fin, el trabajo. Otro aspecto relevante en el concepto de ocio romano es la diferenciación en sus patrones entre las clases sociales altas y las bajas; para las primeras el ocio es recreo, meditación, descanso, vida social, llegándose a crear toda una arquitectura dedicada a ello; por su parte, el ocio del pueblo consistía en un ocio de masas, "panis et circenses", despreciado por la élite social. En este caso el ocio es fundamentalmente entretenimiento, e incluso un instrumento político.

Sin embargo al igual que los griegos los romanos se desplazaban hacia el campo o la costa en los meses veraniegos, es muy conocido el caso de Baias, una localidad situada a orillas del mar Tirreno, cerca del campamento militar de Musenum. Así mismo las playas de Lacio o de la Campania, y las costas de la Etruria se poblaban anualmente de familias patricias que ya habían pasado largas temporadas invernales en las numerosas villas que rodeaban la Roma imperial.⁷⁹ También asistían a santuarios y templos y fueron muy aficionados a las termas. Viajaban bastante por todos los dominios del Imperio, especialmente a Grecia y después, con la llegada del Cristianismo, a Tierra Santa. El hecho de que estos viajes fuesen posibles se debió a ciertos factores que siempre que se repiten a lo largo de la historia favorecen su realización, como es la "pax romana", es decir, un tiempo de paz relativa en el Imperio; un adecuado sistema de comunicaciones para la época, asegurado por la presencia militar (las calzadas romanas); la existencia

⁷⁹ Cuando Nápoles se puso de moda el óvalo de su bahía quedó cubierto por las quintas y palacetes romanos. Como los viajes eran lentos y fatigosos, y las escasas posadas no colmaban el afán de lujo y comodidad de aquellos viajeros, la calzadas que unían Roma con el sur se vieron flanqueadas de pequeñas villas que las familias utilizaban como fin de la jornada; así Cicerón, que no era un hombre rico, aunque sí de situación acomodada, llegó a poseer diecinueve casas estratégicamente situadas entre Roma y Bayas.

de tiempo libre y nivel de renta como consecuencia de la prosperidad conseguida.⁸⁰

Con la desaparición del Imperio Romano se puso fin a la “pax romana”. En la Edad Media las luchas, el pillaje y los actos vandálicos dieron lugar a la pobreza y a la destrucción de las calzadas y vías romanas de comunicación. Se produce un despoblamiento de las ciudades a favor del campo y una falta de bienestar económico. Por lo que los viajes eran cada vez menos frecuentes debido a que los pocos caminos practicables eran tan incómodos como inseguros a causa de los ladrones. En todo caso existen testimonios de viajes, como son las expediciones que partían desde Venecia (punto neurálgico de la navegación europea) hacia Tierra Santa.

Con el descubrimiento en el año 813 en Compostela de la tumba del Apóstol Santiago fueron continuas, a partir del s. XI, las peregrinaciones de multitudes procedentes de toda Europa. Esta afluencia religiosa dio lugar a la creación de un dispositivo asistencial, que incluía tanto una red de albergues y hospederías, rudimentarias y privadas, como una serie de actividades de naturaleza mercantil en torno a objetos y recuerdos religiosos.⁸¹ Se regularon los servicios prestados a los peregrinos así se conocen diversas disposiciones legales, que preveían desde los precios máximos en los hospedajes hasta un registro y control de los viajeros. Las peregrinaciones a La Meca también constituyeron unas importantes corrientes de motivación religiosas.

En el siglo XV se desarrollan las expediciones marítimas de españoles, portugueses, británicos y otros; descubriendo nuevas tierras, nuevas costumbres y nuevas riquezas, que despertaron en las gentes el deseo de viajar. Con el Renacimiento surge un nuevo humanismo caracterizado por el fomento del

⁸⁰ Ver ACERENZA, M. A., *Administración del Turismo: conceptualización y organización*, México, 1984, p. 42.

⁸¹ En el siglo XII se publicó la primera guía turística de Santiago escrita por un peregrino francés, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Geografía general...*, ob. cit., pp. 55-59.

desarrollo de toda expresión de creatividad, valorándolas por sí mismas, y teniendo como objetivo el logro absoluto del potencial humano. Aunque, si bien es cierto, que esto va a ser patrimonio únicamente de las clases superiores, también lo es que, al desaparecer el objetivo primordial de la salvación, el ocio tiene un contenido mucho más festivo que en la Edad Media.⁸²

Los baños termales que habían caído en desuso en el período anterior (principalmente por los peligros de contagio de enfermedades como el cólera, la peste, etc.), vuelven a resurgir en el siglo XVI como consecuencia del consejo de los médicos que recomendaban las propiedades curativas de las aguas termales, y fueron muchos los que acudieron a las termas con la esperanza de la curación. En ellas se organizaban diversiones y entretenimientos para los pacientes, por lo que poco a poco muchos acudían no para curarse sino para divertirse.

Como consecuencia del declinar de las universidades medievales, y para suplir esta laguna educativa, hace su aparición en el siglo XVII y llega a su máximo esplendor en el XVIII, el Gran Viaje (Grand Tour), el cual llega a convertirse en toda una institución política y educativa diseñada para aunar el conocimiento académico y las maneras cortesanas, dirigida a los primogénitos de las familias aristocráticas inglesas. El viaje en sí, consistía en un periplo de dos a tres años de duración por las principales capitales europeas, en el que el joven, siempre acompañado por un tutor encargado de velar por su desarrollo moral, obtenía lo que entonces se consideraba el final ideal de su educación. Dos de los acontecimientos que produjeron el decaer de este tipo de viajes fueron las guerras napoleónicas y la Revolución Industrial.⁸³

⁸² Surgen los primeros alojamientos con el nombre de "hotel", esta palabra francesa designaba a los palacios urbanos a los que acudían los nobles acompañados de su séquito. Además mejoraron los transportes marítimos y aparecen las nuevas carrozas y berlinas, mucho más ligeras que los pesados carros medievales.

⁸³ FERNÁNDEZ FÚSTER considera que el origen del turismo de masas no se encuentra en esta práctica sino que los sitúa en el movimiento de personas que se origina en torno a la extensión del Imperio Británico a lo largo de los siglos XVIII y XIX, en *Historia general...*, ob. cit., pp. 71-124.

En el siglo XIX la Revolución Industrial supuso la consolidación de la burguesía como clase social hegemónica pero además supone, en primer lugar, un fuerte aumento de la jornada de trabajo, a menudo de doce horas diarias, seis días a la semana, en unas condiciones laborales pésimas. La necesidad de mano de obra genera una emigración a la ciudad y el tiempo libre se considera inexistente en las clases trabajadoras, no así en la alta burguesía, la cual dedica grandes cantidades de tiempo al ocio.⁸⁴

Posteriormente la disminución de la jornada laboral en el siglo XIX provocó una mayor cantidad de tiempo libre. Comienza a darse un cambio de actitudes hacia el ocio, que pasa a contemplarse como un derecho que debe ser facilitado. También se producen unos cambios en las formas de viajes y en sus fines, asociándose los conceptos de viaje y turismo con los de salud, descanso, relajación. El siglo XIX supone un salto cualitativo y cuantitativo en la historia de los viajes y del turismo, por diversas razones:

1º La invención de la máquina de vapor por James Watt originó una evolución espectacular en los transportes. La contribución del ferrocarril al progreso humano fue una de las más importantes. Los medios de transporte terrestre tirados por animales, eran incapaces de alcanzar las velocidades del tren y admitían un número muy limitado de pasajeros. Las líneas férreas se extendieron por Europa y Norteamérica.⁸⁵

2º La aplicación de la máquina de vapor a los barcos también fue muy importante. La navegación fue mucho más rápida y segura. Gran Bretaña el primer país en iniciar las travesías regulares transoceánicas, domina el mercado de la

⁸⁴ En este período los patrones turísticos van a sufrir un gran cambio debido principalmente a la marcada por la aparición del ferrocarril, y con ello la del transporte de masas y el inicio de la democratización de los viajes, que comienzan a dejar de ser algo exclusivo de los estratos sociales más privilegiados, aunque no alcanzan todavía a las clases más desfavorecidas.

⁸⁵ En un principio el ferrocarril estuvo ligado estrechamente al barco, las primeras líneas se dirigen hacia el Norte de Europa, donde están los principales puertos o las playas de moda como el Brighton Belle en Gran Bretaña, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 176-177. Sobre la importancia del ferrocarril y su repercusión a nivel social ver MUNFORD, L., *Técnica y Civilización*, Madrid, 1971, pp. 175 y ss.

segunda mitad del siglo XIX, aunque en poco tiempo se desataría una importante competencia con los demás países industrializados, principalmente en las rutas del Atlántico Norte. Estas rutas generaban un tráfico notable que se disparó a finales del siglo con las corrientes de emigración europeas hacia América y con las visitas de los americanos a Europa. La apertura del Canal de Suez en 1869 contribuyó notablemente al crecimiento del tráfico a la India y Lejano Oriente.⁸⁶

3º El siglo XIX es la época dorada del balnearismo. Estaciones termales como Vichy (Francia), Marienbad (República Checa), Badén Badén (Alemania) y otras tuvieron un enorme apogeo.⁸⁷ También es importante en esta época el auge que empieza a cobrar el turismo de montaña de centroeuropa. Una de las causas que lo impulsaron fue la expansión de la tuberculosis, para cuya cura los médicos recomendaban el aire puro.

4º Otro acontecimiento fue el descubrimiento de las playas y de los baños de mar como remedio terapéutico, otra vez por consejo médico. Al igual que ocurrió con las termas las playas fueron el objetivo, primero de los enfermos, y después de los que sólo buscaban diversiones. Además, como los primeros en acudir eran los aristócratas, la burguesía les seguía por el deseo de imitación. Localidades muy pequeñas como Brighton en Gran Bretaña,⁸⁸ se convirtieron entonces en el lugar de moda. Pero en la segunda mitad del siglo XIX se comienza a descubrir el Mediterráneo como destino turístico de clima más cálido, ya que las playas frías eran más conocidas. Las primeras en ponerse de moda fueron las de la Costa Azul francesa, especialmente Cannes, cuyo auge se debió al hecho de que allí tenía su residencia el Canciller de Gran Bretaña lord Brougham.

⁸⁶ Se crearon conferencias de navegación internacional para establecer acuerdos en lo referente a tarifas y condiciones de pasaje, lo que permitió a las compañías desenvolverse cómodamente en sus operaciones hasta la aparición de la competencia de la aviación a mediados del siglo XX.

⁸⁷ FERNÁNDEZ FÚSTER, L., realiza un interesante relación de los principales balnearios en *Geografía general...*, ob. cit., pp.74-92.

⁸⁸ En esta ciudad nació el turismo de playas frías donde los ingleses fueron pioneros en este turismo residencial, ver la evolución de este núcleo receptor FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Geografía general...*, ob. cit., pp. 254-258.

5° Se produce un incremento social por la belleza del mundo natural, creación de parques naturales y el inicio del turismo ecológico.⁸⁹

6° La aparición de personas dedicadas a la organización de viajes. La moderna industria turística tiene en el siglo XIX sus orígenes,⁹⁰ sobre todo gracias a la actividad de hombres como Thomas Cook, Henry Wells, William Pargo, César Ritz, Karl Baedeker, George Mortimer Pullman y George Nagelmackers.

Thomas Cook (británico, 1808-1892) es el creador de las Agencias de Viajes e ideó muchas otras facilidades para el turismo que aún hoy son de general aplicación. En 1841 Cook tuvo la idea de fletar un tren desde Leicester a Loughborough, en donde debía tener lugar un congreso antialcohólico: el viaje fue un rotundo éxito, transportando a 570 personas por una módica cantidad, lo que constituye el primer viaje colectivo organizado. Aunque no obtuvo beneficios de este primer viaje, se percató de las grandes posibilidades económicas que tenía esta actividad, comenzando desde entonces una frenética carrera que le llevó a crear su propia compañía, que se convertiría en 1851 en la primera Agencia de Viajes con el nombre de Thomas Cook & Son.

Además en colaboración con otro inglés, afincado en Escandinavia, llamado Thomas Bennet, organizó los primeros viajes a “forfait”, individuales, todo incluido. Fue el primero en realizar excursiones organizadas desde las Islas Británicas al continente Europeo y a los Estados Unidos.⁹¹ En 1867 creó el bono o cupón de hotel, conocido como “voucher”, documento adquirido en su empresa y

⁸⁹ Este descubrimiento de la naturaleza fue impulsado en cierto modo por el romanticismo y el espíritu deportivo del alpinismo que propició la conquista de las altas montañas de Centroeuropa, sobre el nacimiento del turismo de montaña ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 122-124.

⁹⁰ Las mejoras en los transportes y en la comercialización del producto turístico, unido a la creación de una gran clase media, producto de la revolución industrial, generó una época dorada de los viajes que perduró hasta los primeros años del siglo XX.

⁹¹ Organizó la primera vuelta al mundo como viaje todo comprendido y en la que, al parecer, se inspiró Julio Verne para escribir “La vuelta al mundo en 80 días”, en realidad duró 222 días y fue muy famosa en su época, FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 87-91. Ver también LANQUAR, R., *Agences et associations de voyages*, Paris, Presses Universitaires de France, 1986, pp. 3-6.

que permitía su utilización en hoteles para el pago de los servicios contratados a través de su agencia. Lanzó los cheques de viaje o “travellers cheques” que serían desarrollados por American Express en 1882.

La compañía Thomas Cook & Son, gran multinacional del turismo, se integró en el Grupo American Express en 1994, transformándose en uno de los grupos de agencias de viajes más importantes del mundo, con 2.350 oficinas y un volumen de ventas de 12.100 millones de dólares americanos.

Henry Wells junto a William F. Fargo, constituyeron la empresa American Express, inicialmente vinculada al transporte de mercancías y que más tarde se convirtió en una gran Agencia de Viajes y en una de las mayores entidades de financiación y emisión de cheques de viaje y tarjetas de crédito.

El suizo Cesar Ritz considerado el padre de la moderna hotelería. Fue nombrado Gerente del Gran Hotel Nacional de Lucerna, uno de los mejores de su tiempo en el que mejoró todos los servicios, del restaurante a las habitaciones en las que incluyó el cuarto de baño, modernizó sus instalaciones y creó un nuevo concepto de la administración y del servicio hotelero.⁹²

George Mortimer Pullman, inventó en 1860 el coche cama y salón en los trenes, coche “pullman”, mejorando así sus servicios. Constituyó la Pullman Palace-Car Company, que se convertiría en la primera suministradora de vagones para las compañías norteamericanas. Como resultado de sus viajes a Estados Unidos y su relación con la Pullman Palace Car, George Nagelmackers fundó en Bruselas en 1872 la Compagnie Internationale de Wagons Lits et des Grands

⁹² Los Hoteles que Ritz inauguró o reformó a finales de siglo se convirtieron en los mejores de Europa. El Gran Hotel de Roma en 1883, el Hotel Ritz de París en 1898, el Hotel Gariton de Londres en 1899, etc. Para FERNÁNDEZ FÚSTER el éxito de Cesar Ritz fue la dignificación de la profesión hotelera, en *Historia general...*, ob. cit., p. 153.

Express⁹³ y fue además el creador del tren más famoso del mundo, el Orient Express.⁹⁴

En el siglo XX se produjeron grandes cambios que afectaron en gran medida a la evolución y ampliación de la industria turística, entre las que destaca la Primera Guerra Mundial en las primeras décadas de ese siglo. Guerra que supuso una recesión de las actividades turísticas y unos cambios sociales y económicos importantes, uno de ellos fue la fabricación en masa del automóvil y del autocar. Esto dio lugar a un nuevo relanzamiento del turismo, además de la mejora de las condiciones laborales unido a la aparición de las vacaciones pagadas.⁹⁵ Tras un corto periodo de paz se origina la Segunda Guerra Mundial y al igual que ocurrió en la Primera se paraliza absolutamente el turismo en todo el mundo, situación que empieza a evolucionar en 1950, cuando las economías occidentales comienzan a recuperarse.

El nuevo orden internacional y la paz subsiguiente a esta segunda guerra trajeron como consecuencia una estabilidad social que propiciaba los desplazamientos internacionales. A esto hay que sumar todo lo aprendido sobre el transporte aéreo durante el período bélico aumentando el confort del propio viaje. El turismo internacional crece más rápidamente de lo que lo había hecho en toda su historia.⁹⁶ Sin embargo en los países del Este Europeo sólo se permitían los desplazamientos de sus ciudadanos entre los países del bloque y era muy difícil

⁹³ En la actualidad el grupo de Agencias de Viajes Wagons-Lits forma una de las primeras agencias de viajes del mundo con 4.000 oficinas y una facturación anual de 10.500 millones de dólares norteamericanos.

⁹⁴ Este tren unía París con Munich, Viena, Budapest y Bucarest, se le conocía como el tren de Estambul, si bien tardó un quinquenio hasta que la línea Bucarest-Estambul estuvo terminada, acerca de la vida de este tren ver BEHREND G., *Historie des Trains de Luxe. De l'Orient-Express au TEE*, Fribourg, 1977, p. 78.89.

⁹⁵ "El turismo está en relación con un tiempo libre continuado y éste se remite a las vacaciones anuales pagadas", el aumento del tiempo libre de trabajo a lo largo de la historia de la humanidad se puede ver en el análisis realizado por ÁLVAREZ SOUSA, A., "*El ocio turístico...*", ob. cit., pp. 36-40.

⁹⁶ La OMT señala como fecha de comienzo del turismo de masas después de la Segunda Guerra Mundial así se recoge en *Identificación y evaluación de los factores permanentes y nuevos de las*

obtener un visado de salida para un país occidental. La gestión de las empresas turísticas correspondía al Estado, quien la ejercía a través de organismos como INTURIST y CEDOK, en las desaparecidas URSS y Checoslovaquia. La infraestructura turística de los países socialistas era deficiente y sus medios de transporte anticuados. A finales de los años 50 comenzó una tímida apertura a Occidente, Yugoslavia,⁹⁷ Bulgaria, Checoslovaquia, y Hungría se convierten en importantes países receptores de turistas.

En esa misma época se produce una recuperación económica de las potencias europeas y de Japón, elevándose el nivel de renta de su población, lo que dio lugar al nacimiento de una clase media acomodada que comenzó a interesarse por los viajes,⁹⁸ este interés motivó el incremento de la mejora en los medios de transporte como el avión y el automóvil, éste último se puso al alcance de todas las clases sociales debido a la producción de nuevos modelos cada vez más asequibles y a ello se le sumó la construcción de nuevas y mejores carreteras y autopistas. Precisamente, la construcción de carreteras en los Alpes, atravesándolos de Norte a Sur, supuso para Suiza la pérdida de la hegemonía como núcleo receptor europeo.⁹⁹

El avión a hélice se sustituye por el de reacción, lo que perjudicó a las compañías marítimas, que se ven obligadas a destinar sus barcos a cruceros, "ferrys" o simplemente al desguace. Los viajes en avión son más baratos ya que se

motivaciones de vacaciones y de viajes que influyen sobre las características de la demanda turística actual y potencial, nacional e internacional, Madrid, 1985, cap. III, p. 2.

⁹⁷ El crecimiento de los flujos turísticos en este país se produjo a través de una mejora de los servicios de comunicaciones y además se suprimieron algunos requisitos administrativos para la obtención del visado, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 570-571.

⁹⁸ Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales en el ámbito mundial duplicó cada diez años aproximadamente, ver la influencia del auge económico en el aumento del turismo en AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A, ob. cit., pp. 10-11.

⁹⁹ Las corrientes que proceden del Norte de Europa cruzan Suiza para dirigirse a Italia, Francia y más tarde España, con lo que el país helvético perdió una buena parte de la recepción veraniega, al transformarse de lugar de destino en lugar de tránsito,

produce un aumento de la demanda y aparece el vuelo charter,¹⁰⁰ lo que permite que las clases medias y bajas puedan utilizarlo.

A estos factores hay que añadir otros como la aparición de nuevas técnicas comerciales, como el marketing, utilizadas por las empresas turísticas. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de viajes todo incluido, en los que se vende por un precio global todos los servicios requeridos por el usuario, dando lugar a un incremento de las ganancias de las líneas aéreas y de los operadores hoteleros.¹⁰¹ Con esto se rompe el diseño tradicional de los viajes que consistía en visitar sólo ciertos países europeos y el fenómeno turístico se extiende a todos los rincones del planeta.

En 1973 la crisis energética y la consiguiente inflación, produjo una crisis en el sector turístico que tuvo especial relevancia en el transporte. Sin embargo aparecen nuevos aviones más veloces como el Concorde y trenes de alta velocidad como el tren bala japonés y el TGV francés.¹⁰²

Desde 1973 hasta 1988 se incrementa la recepción de turistas en un 206 %. Los conflictos bélicos siguen en determinadas zonas, teniendo repercusiones en el turismo.¹⁰³ En lo que al sector turístico respecta, el Tratado de Maastrich, rubricado en esa ciudad el 7 de Febrero de 1992, significa la libre circulación de personas, mercancías y capitales, lo que tendrá una influencia notable en el turismo. Además el tratado de Schengen de 26 de marzo de 1995 elimina los

¹⁰⁰ Muchos de los pequeños aeropuertos situados en importantes núcleos vacacionales se mantienen en base a esto vuelos charter, FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., p. 754.

¹⁰¹ La presencia de los tour operadores se distribuye en los países emisores de turistas como Gran Bretaña, Alemania y Holanda, sin embargo en los países mediterráneos no se desarrolló esta industria quizás basándose en causas psicológicas de rechazo a estos viajes combinados como la proximidad al Mediterráneo, el uso del automóvil propio, así como la concentración de las vacaciones en dos meses sólo, lo cual puede desanimar en un principio a los tour operadores.

¹⁰² Ver la evolución del transporte en estos últimos años, MONTANER MONTEJANO, J., *Estructura del Mercado Turístico*, Madrid, 2001, pp. 113-114.

¹⁰³ El turismo a pesar de todo esto ha mantenido unas tasas de crecimiento superiores a las de otros sectores de la economía, ver la evolución del aumento en la llegada de turistas internacionales a sus lugares de destino en AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., pp. 11-14.

controles fronterizos entre 7 países europeos: Portugal, España, Francia, Alemania, Bélgica, Holanda y Luxemburgo.

En la última década del siglo XX, pese a los conflictos bélicos del Golfo y de los Balcanes, a la desintegración de Yugoslavia y a la crisis financiera asiática, el turismo internacional, medido en llegadas, creció con una tasa media del 4,3 por ciento anual, alcanzando en el año 2000 el incremento de esta tasa el 7,4 por ciento.¹⁰⁴

Con el inicio del siglo XXI, en el año 2001, se produce un deterioro de las condiciones económicas, hubo una gran caída en las cotizaciones bursátiles, disminuyendo la confianza de los consumidores y de las empresas, generando por parte de los gobiernos recortes en el tipo de interés. El transporte aéreo, según la IATA, sufre una desaceleración, disminuyendo el crecimiento de pasajeros internacionales del 6,3 por ciento del primer trimestre al 2,6 del segundo. Además los ataques del 11 de septiembre a los Estados Unidos generaron cierto miedo a viajar en avión en determinados países y una incertidumbre sobre la posibilidad de efectuar esos vuelos.¹⁰⁵ Esta crisis tuvo su influencia en el turismo de largo recorrido, en los transportistas sobre todo aéreos, en el sector de viajes de negocios y en los hoteles, ocasionando con ello reducciones o pérdidas de empleo, debilitamiento de la economía, aumentando el cierre de negocios, etc. Las reservas turísticas en el mes de octubre del 2001 disminuyeron entre un 12% y un 15%, sufriendo esta consecuencia principalmente el sector del transporte aéreo y los alojamientos de lujo.

¹⁰⁴ En el año 2000, cuarenta y seis países registraron más de mil millones de dólares estadounidenses cada uno en gastos por el turismo internacional, ver *El turismo después del 11 de septiembre de 2001: análisis, medidas correctoras y perspectivas (actualizado en noviembre de 2001)*, OMT, Madrid, 2001, pp. 14-15.

¹⁰⁵ En esos primeros momentos la obsesión inicial fue la rápida vuelta a casa de los turistas, a lo que siguió la cancelación de todo tipo de viajes, sobre todo los de largo recorrido con destino o provenientes de América del Norte, pasándose después de esta fase inicial a una gradual recuperación aunque con cierta debilidad.

También este ataque terrorista repercutió en otras actividades propias del turismo, y así además de en las propias líneas aéreas y en los alojamientos, los tour operadores se adaptaron a las nuevas circunstancias.¹⁰⁶ Como consecuencia de ello y no viendo en ese momento perspectivas de futuro los folletos del verano del 2002 no se editaron hasta febrero de ese mismo año. Además los agentes de viajes soportaron importantes pérdidas económicas lo que condujo a la supresión de puestos de trabajo.¹⁰⁷

Se produjo un importante consenso general que repercutió en el mercado y se pronosticaron los siguientes hechos:

- Se evitarán los países implicados o que pudieran estar implicados en el conflicto o se encuentren próximos a él.
- Los consumidores buscarán activamente destinos considerados seguros.
- Países, ciudades o regiones que dependan excesivamente del mercado norteamericano sufrirán desproporcionadamente.
- Los países a los que se pueda viajar por vía terrestre tendrán ventaja a aquellos que precisen viajar en avión.
- Los viajes intrarregionales de distancias cortas crecerán más deprisa a expensas de los de larga distancia.
- Las vacaciones independientes tendrán mejor aceptación que los viajes combinados.
- Crecerán las visitas a amigos y parientes y el turismo interior.

¹⁰⁶ Sirva como ejemplo el Club Mediterranée que perdió un 16% de su negocio, cerró el 15% de sus instalaciones de invierno y programó el cierre de tres centros de México para el verano del año 2002.

¹⁰⁷ Thomas Cook suprimió 2.600 empleos en toda Europa, cerrando algunas agencias de viajes, repercutiendo la supresión de empleo incluso en las direcciones de viajes por Internet, Travelcity suprimió 320 empleos, también los cruceros se vieron muy afectados ya que dependen mucho de la clientela norteamericana de mediana edad, ver *El turismo después del 11 de septiembre...*, ob. cit., pp. 24-25.

Esto ha motivado cierto cambio del turismo de largo recorrido hacia otros tipos como el turismo interno y los viajes individuales y se han resistido a esta situación los segmentos turísticos de fuerte motivación como el turismo social, el deportivo, el cultural y el rural.

Si esta situación se compara con otras crisis internacionales anteriores vemos que no hay ningún acontecimiento directamente asimilable con éste en la historia del turismo, ya que la lucha contra el terrorismo no está limitada ni en el tiempo ni geográficamente y tiene la capacidad de desestabilizar zonas inesperadas, como en el actual caso que afectó directamente y por primera vez a los Estados Unidos.¹⁰⁸

Transcurrido un año del ataque terrorista a Estados Unidos se puede apreciar una reactivación general del mercado turístico a pesar de los diferentes y contradictorios hechos correspondientes a los meses de enero y febrero de 2002.¹⁰⁹ Pero esta lenta reactivación no es uniforme, ya que tiende a alejarse de las zonas de posibles conflictos y se viaja en distancias cortas, usando principalmente los medios de transporte terrestres. En los tour operadores el nivel de reservas de viajes combinados, realizadas en dos de los más importantes emisores de Europa, Alemania y Reino Unido, para el verano de 2002 ha sido similar al nivel del año 2001 por esas mismas fechas.¹¹⁰

¹⁰⁸ Pese a todo se pudo evaluar esa situación al compararla con las directrices proporcionadas por anteriores y próximas crisis como la guerra del Golfo, los conflictos de Kosovo, o los ataques terroristas a turistas en Luxor. Es la primera de ellas la que proporciona unos índices más acordes con la del 11 de septiembre, en aquella el tráfico aéreo mundial disminuyó un 5%, los viajes de Estados Unidos a Europa cayeron un 22%, ver http://www.world-tourism.org/newsroom/Releases/more_releases/june2002/data.htm.

¹⁰⁹ Durante los primeros meses del año 2002 se produjo un descenso en las reservas aéreas desde los principales mercados generadores de turismo del mundo hacia todos los destinos del mundo, ver *El impacto de los atentados del 11 de septiembre en el turismo: la luz al final del túnel (abril 2002)*, OMT, Madrid, 2002, p. 10.

¹¹⁰ Sin embargo los acontecimientos meteorológicos acaecidos en el mes de agosto en Centro Europa han ocasionado un aumento de las pérdidas en el turismo en esta zona, teniendo que desalojar al turismo en ese momento y rescindiendo los contratos que ya tenían las agencias de viajes para esos países.

Sin embargo se prevé una recuperación del turismo a la vez que lo hará la economía mundial para finales del año 2002 o principios de 2003, retomando con ello la tasa anual de crecimiento a largo plazo del 4,1 % que inicialmente ha previsto la OMT hasta el 2020.¹¹¹

Indudablemente ha habido un cambio global después del 11 de septiembre, pero la imagen del turismo no ha cambiado tan radicalmente como se había afirmado, aunque sí ha acelerado modificaciones sustanciales que ya estaban en camino previamente. Entre estos cambios destacamos el de la oferta de productos y la promoción de los mismos. Así sucede que esta crisis no solo ha fomentado la colaboración entre las personas de forma menos fragmentada, sino que además ha resaltado la adaptabilidad de las pequeñas empresas.¹¹²

Además, parte del daño causado al sector empresarial turístico vino a raíz de una inexacta cobertura de la información. Por ello, para prevenir este tipo de coberturas durante períodos de crisis, es vital tener información actualizada de la situación a medida que ésta evoluciona, necesitando para eso unas estadísticas fiables y comparables del turismo nacional con el internacional.¹¹³ Además los métodos tradicionales para estimar los ingresos turísticos hacen que éste se venda más barato. Podemos extraer de todo ello las siguientes conclusiones generales, dadas en la Segunda reunión del Comité para la Reactivación del Turismo, celebrada el 15 de marzo de 2002:¹¹⁴

- El miedo a viajar está desapareciendo y la recuperación total de la crisis depende en gran medida de la evolución del clima económico mundial.

¹¹¹ Ver *Turismo Panorama 2020 Nuevas previsiones de la Organización Mundial del Turismo*, OMT, 1999, pp. 10-11, *El impacto de los atentados del 11 de septiembre...*, ob. cit., pp. 16-17.

¹¹² Los grandes tour operadores las compañías aéreas y las de cruceros son las que más problemas han tenido para adaptarse a los cambios de la demanda como consecuencia del 11 de septiembre, siendo los pequeños tour operadores, los hoteleros pequeños, etc los que pudieron fácilmente adaptarse a la demanda.

¹¹³ La OMT pretende impulsar en todos los países las Cuentas Satélites de Turismo como un medio eficaz para obtener información sobre la importancia del turismo a nivel nacional e internacional y prever las posibles crisis, ver *El impacto de los atentados del 11 de septiembre...*, ob. cit., pp. 26-27, http://www.world-tourism.org/espanol/frameset/frame_statistics.html.

- En diciembre surgió una clara tendencia a la recuperación en la mayoría de los destinos; esta tendencia cobró fuerza en enero y febrero.
- Las llegadas de turistas en la primera parte de 2002 seguían siendo inferiores a las del año anterior en casi todo el mundo, lo que dificulta la elaboración de una previsión fiable para todo el año.
- Se prevé que el sector alcance los niveles anteriores a la crisis en el tercer o cuarto trimestres de este año.
- Es preciso tener en cuenta los elevados costes que supone la mejora de la seguridad en las líneas aéreas a la hora de calcular el futuro del sector turístico.
- La crisis ha provocado una aceleración de la consolidación del sector turístico.
- La crisis ha fomentado la cooperación en todos los aspectos del turismo.
- La adaptabilidad del marketing y las promociones resultan básicas para sobrevivir a una situación de crisis.
- Para superar la crisis hacen falta comunicaciones eficaces que se anticipen a los problemas.
- Resulta esencial la velocidad de reacción.
- La crisis ha servido para trazar el perfil del sector del turismo, porque ha puesto de relieve su importancia económica y su vinculación a otros sectores económicos.

Es evidente que la industria turística ha sabido adaptarse a los diferentes problemas y crisis surgidas a lo largo de su historia, sobreviviendo y superando esos momentos de dificultad, lo que ha ocasionado diversas fluctuaciones según la dificultad o conflicto por el que se pase.

¹¹⁴ Ver *El impacto de los atentados del 11 de septiembre...*, ob. cit., p. 29.

1.3.1.- Evolución histórica del Turismo en España

A comienzos del siglo XX el turismo se había convertido ya en una considerable fuente de ingresos para naciones como Suiza, Francia o Italia, pero España seguía siendo un país poco visitado a pesar de poseer condiciones climáticas, artísticas e históricas bastante notables.¹¹⁵ Sin embargo era necesario mejorar las infraestructuras de las comunicaciones como las carreteras o ferrocarriles y las malas condiciones de los hoteles además de dar a conocer nuestros atractivos turísticos. Por ello se tomó conciencia de que la Administración además de apoyar las iniciativas en materia turística realizadas por el capital privado, debía también intervenir en el sector. Así en 1905, a iniciativa del Ministro de Fomento, Álvaro de Figueroa, Conde de Romanones, se creó La Comisión Nacional de Turismo,¹¹⁶ uno de los primeros organismos oficiales de Turismo constituidos en Europa, puesto que hasta 1910 Francia y Austria no crearían sus respectivos organismos.

A pesar de las graves carencias de infraestructuras algunos extranjeros visitaron España, generalmente en busca de cultura. También un número incipiente de españoles disfrutó, gracias a la bonanza económica, del veraneo que se convirtió en un hecho social en continua expansión. Como principales centros turísticos de ese momento hay que destacar Madrid, Barcelona, San Sebastián, Santander, Málaga, etc. Es también en esta época, cuando se inaugura el Hotel Ritz de Madrid y cuando se inicia la primera actividad en forma de agencia de

¹¹⁵ Ver el incipiente turismo en España a finales del siglo XIX y comienzos del XX en FERNÁNDEZ FUSTER, L., *Historia general...*, pp. 109-112.

¹¹⁶ Este ente se encargaría de la formación y divulgación en el extranjero de itinerarios de viajes para visitar, de realizar gestiones con las compañías de ferrocarriles para organizar viajes con tarifas especiales en trenes rápidos y confortables, de concertar con diputaciones y ayuntamientos la mejora de alojamientos, etc. Ver PELLEJERO MARTÍNEZ, C., "Antecedentes históricos del turismo en España: de la Comisión Nacional al Ministerio de Información y Turismo (1900-1950)" en *Historia de la Economía del Turismo en España*, dir. PELLEJERO MARTÍNEZ, C., Madrid, 1999, pp. 23-24.

viajes con la Banca Marsans Rof e Hijos, ubicada en Barcelona, que pasaría en 1920 a denominarse Viajes Marsans.¹¹⁷

En 1911, a propuesta de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona y coincidiendo con el IV Congreso Internacional de Turismo en Lisboa, se sustituyó la Comisión Nacional de Turismo por la Comisaría Regia del Turismo, encargada de "procurar el desarrollo del turismo y la divulgación de la cultura artística popular". Este organismo se encargaba no sólo de promover la llegada de viajeros extranjeros sino de conservar la "riqueza artística, monumental y pintoresca de España" ya que era pronto para pensar en un turismo de litoral, era el turismo cultural el predominante en aquella época.¹¹⁸ Sin embargo la Primera Guerra Mundial afectó negativamente a nuestro país debido a que las principales corrientes turísticas procedentes de Alemania, Francia o Gran Bretaña dejaron de llegar. Además se produjo una fuerte inflación que dio lugar a la bajada de salarios de los trabajadores y a un descenso también del nivel de vida de la población.

La promoción más destacada fue la exposición de España en Nueva York, que tuvo lugar en 1922-1923. Se desarrolló una intensa actividad en la organización de eventos, entre los que destacaron en 1919 el I Congreso de Turismo de Cataluña, celebrado en Barcelona y el primer consejo de la Sociedad de Naciones, que se celebró en San Sebastián en 1920. No obstante, a partir de 1922, la prohibición paulatina del juego, introducida por el Duque de Almodóvar, produciría un efecto negativo en la capacidad receptora española, principalmente en ciudades como San Sebastián que vería cerrado su Casino en 1924. En 1919 se aprobó la primera reglamentación española sobre transporte aéreo, que daría lugar a la creación Compañía Española de Tráfico Aéreo en 1921.¹¹⁹

¹¹⁷ Su dependencia de la Banca Marsans le permitió ser la pionera en introducir los cheque de viaje, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 220-223.

¹¹⁸ Ver PELLEJERO, C., "La promoción del turismo en España durante la primera mitad del siglo XX: el papel del Estado", *Información Comercial Española*, nº 730, pp. 127-146.

¹¹⁹ Su primera línea aérea regular uniría las ciudades de Sevilla y Larache, ruta de un alto componente político, puesto que unía España con su protectorado en Marruecos, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 315-316.

Tras la Primera Guerra Mundial la economía internacional no comienza a recuperarse hasta 1924, los cuatro años siguientes los países industriales vivieron una etapa de expansión que se reflejó en un aumento del turismo debido también, como hemos visto, al avance experimentado por los transportes. En España¹²⁰ tras el golpe de Estado del general del Primo de Rivera se inició una etapa de estabilidad y paz social en la que la economía experimentó un crecimiento debido al intervencionismo del Estado mediante la creación de monopolios estatales y la realización de grandes obras públicas.

Para el desarrollo del turismo se renueva el material y las infraestructuras ferroviarias, se creó en 1926 el Circuito Nacional de Firms Especiales. Durante la Dictadura de Primo de Rivera la principal preocupación de la Comisaría Regia¹²¹ fue concienciar a las autoridades de intentar convertir el país en un próspero centro receptor de turistas para lo cual había que mejorar los transportes y ampliar la oferta hotelera mediante la construcción de establecimientos públicos dedicados al hospedaje; así en 1928 comenzarían las obras del primer alojamiento estatal: el Parador Nacional de Gredos. Sin embargo también durante esta etapa se inició una hotelería de tipo medio, inspirada en las residencias y la pequeña hotelería que Vega-Inclán había conocido en las misiones españolas de California.¹²²

Con el fin de maximizar los efectos de las exposiciones de Barcelona y Sevilla de 1929 en el campo internacional y aglutinar los intereses turísticos producidos, el General Primo de Rivera sustituye en 1928 la Comisaría Regia de

¹²⁰ Entre 1919 y 1923 se produce un estancamiento económico debido a la inestabilidad política y social, los principales problemas eran la guerra con Marruecos, el nacionalismo catalán y vasco y las reivindicaciones obreras.

¹²¹ El Marqués de la Vega Inclán fue el primer y único Comisario Regio de Turismo, cuya gran labor lo sitúa como pionero en la promoción del turismo en España, del que hay que destacar no sólo la dirección en la creación de importantes museos sino también la inversión de fondos propios, ver BAYÓN MARINÉ, F. y FERNÁNDEZ FÚSTER, L., "Los orígenes", en *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINÉ, F., Madrid, 1999, pp. 28-32.

¹²² La segunda mitad de la década de los años veinte fue bastante buena turísticamente hablando, los turistas extranjeros venían a España en primavera y otoño para evitar los calurosos veranos, era un turismo culto que prefería visitar ciudades con rico patrimonio artístico como Toledo, Salamanca, Sevilla, etc.

Turismo por el Patronato Nacional de Turismo. Las funciones encomendadas a este Patronato fueron las mismas que las de la Comisaría como fomentar la publicación de guías y catálogos de España o estimular el desarrollo de la industria hotelera, pero dentro de las novedades se encuentran la de estudiar los medios para la implantación de las Escuelas de Turismo o la de fundar centros o agencias de turismo en España estableciendo para ello una relación colaboradora con la Juntas y Sindicatos de Iniciativa de Turismo. Para contribuir a esta labor se editaron gran cantidad de folletos en varios idiomas sobre ciudades, monumentos y lugares de interés, así como carteles turísticos para los que se contó con la contribución de importantes artistas. El Patronato se estructuró en tres delegaciones generales, arte, propaganda y viajes, y en los correspondientes grupos regionales.¹²³

El Patronato Nacional de Turismo sufrió una primera reorganización en 1930 que afectó fundamentalmente a su organización central, funcional y geográfica. Sin embargo el nuevo organigrama no duró ni un año ya que con la Segunda República se disolvió la Junta del Patronato y se asignaron sus funciones al Director General de Turismo.¹²⁴ Por lo que respecta a la financiación del Patronato se criticó el hecho de que se le hubiera concedido "independencia administrativa, recursos propios y un presupuesto especial no incluido en los generales del Estado" y la nefasta actuación de las autoridades de la Dictadura que con la adopción de diferentes disposiciones habían contribuido a mermar los medios económicos del órgano rector del turismo. Para las autoridades

¹²³ La financiación del Patronato se realizaría a través de los recursos que se obtuvieran con la creación de un seguro obligatorio de las personas que viajaran por ferrocarril y compañías de navegación, sobre la regulación de este impuesto-prima ver PELLEJERO MARTÍNEZ, C., "Antecedentes...", ob. cit., pp. 28-29.

¹²⁴ Además con el fin de "esclarecer el pasado y reformar radicalmente lo futuro" el Patronato y la Dirección General de Turismo debían liquidar los contratos y presupuestos en curso que no debieran continuarse, examinar la gestión anterior y preparar la más rápida modificación de servicios que el interés público aconsejara no suprimir en dicho ramo. Así mismo se produjo una reducción del personal afecto a la Dirección General ya que las autoridades republicanas entendían que se habían creado muchos cargos "sin otros estímulos que los del favor" y con el mismo criterio de prodigalidad se habían otorgado "otras mercedes que no podían ni debían subsistir en un régimen atento a normas de la mayor justicia y previsión" Decreto de 23 de abril de 1931.

republicanas el Patronato Nacional de Turismo se había convertido en un órgano que gastaba demasiado y cada vez obtenía menos ingresos, por lo que se hacía necesaria una profunda transformación que lo convirtiera en un ente económico, eficaz y sometido a las leyes generales administrativas.¹²⁵

En 1929 se produce una fuerte crisis financiera con epicentro en Estados Unidos y que se extendió por Europa lo que produjo una retirada masiva de capital estadounidense en este continente, además de una crisis en cadena de los sistemas bancarios, la destrucción del sistema preexistente del comercio y los pagos internacionales. Entre 1930 y 1933 el descenso del comercio mundial fue de 60%.¹²⁶ A pesar de que la crisis no fue tan severa en España, el movimiento turístico se estancó en la primera mitad de la década de los años treinta¹²⁷ puesto que la mayoría de los países europeos emisores de turistas se encontraban en crisis y el orden público en nuestro país sufrió graves alteraciones debido a las frecuentes huelgas y atentados.

El Patronato se restableció en 1931 por el gobierno republicano tras su remodelación funcional y geográfica, así los servicios del mismo quedaron estructurados en las siguientes secciones: 1) información, agencias en el extranjero, reclamaciones, almacén y asuntos varios; 2) propaganda general y publicaciones; 3) prensa y redacción; y 4) contabilidad. En cuanto a la organización geográfica en lugares de destacado interés turístico el Patronato podía establecer oficinas de información, nombrar inspectores, delegados o representantes y crear los organismos que considerara adecuados al cumplimiento de sus fines pudiendo recabar la colaboración de organismos oficiales o

¹²⁵ Ver FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, J., *Curso de Derecho Administrativo Turístico*, vol. I y II, Madrid, 1974, pp. 151 y ss.

¹²⁶ Esta crisis que se extendió por todo el mundo tuvo su reflejo también en España, aunque se podría hablar más bien de un estancamiento económico ya que hubo actividades que experimentaron un auge como la agricultura cerealista o la industria de bienes de consumo, sin embargo el comercio exterior pasó por momentos difíciles.

¹²⁷ Ver las primeras estadísticas del turismo receptivo español que se realizaron a partir de 1928, FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 277-278.

particulares.¹²⁸ Pero con la Guerra Civil el Patronato Nacional de Turismo desapareció tras ocho años de existencia en los que este organismo estuvo sometido a diversas reglamentaciones todas ellas ligadas a los diferentes avatares políticos vividos durante dicho período.

Como hemos visto el Patronato fue creado durante la Dictadura de Primo de Rivera, sufrió la primera reforma después de la muerte del dictador y durante la República en un primer momento fue suprimido, más tarde restablecido y por último reorganizado por dos veces una durante el gobierno de centro-izquierda y otra en el llamado "bienio negro". Durante la existencia del Patronato se asentaron las bases del desarrollo turístico de España, mediante la apertura de numerosas oficinas de información turística,¹²⁹ con el fin de que nuestro país fuera mejor conocido en el extranjero y que los turistas cuando llegaran a España tuvieran acceso a una completa información sobre rutas, monumentos, hoteles, etc. Además se amplió y mejoró la oferta hotelera en lo que tuvo gran influencia la creación de la Cámara Oficial Hostelera, la Guía Oficial de Hoteles, el Libro Oficial de Reclamaciones y la Red de Paradores Nacionales y Albergues de Carretera.¹³⁰

Antes de la finalización de la Guerra Civil¹³¹ el gobierno franquista creó el Servicio Nacional de Turismo y de la actividad realizada durante su corta vida hay que destacar la publicación de una normativa que pretendía aumentar el control de la Administración sobre la industria hotelera para mejorar el funcionamiento de la

¹²⁸ Dos años después sufrió el Patronato una nueva modificación en la que se ampliaron las funciones del mismo, modificaron la composición de la Junta y suprimieron el Consejo General del Turismo; además se le encomienda la tarea de fomentar las iniciativas particulares, gremiales o regionales que tiendan al desarrollo del turismo.

¹²⁹ Se crearon oficinas en París, Londres, Roma, Múnich, Nueva York, Buenos Aires, pero también se crearon oficinas de información en el territorio nacional, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 296-297.

¹³⁰ A finales de 1928 se creó la Junta de Paradores y Hosterías del Reino formada por una docena de personalidades bajo la presidencia del Conde Gamazo, cuya finalidad era el desarrollo de la hostelería en España, ver BAYÓN MARINÉ, F. y FERNÁNDEZ FÚSTER, L., "Los orígenes", en *50 años...*, ob. cit., pp. 37-40.

¹³¹ Se organizaron en plena contienda las rutas de guerra, de las cuales tuvo gran éxito la del Norte de España que se comercializó fundamentalmente en el sur de Francia, trasladando a sus interesados en autocares hasta el cinturón del Bilbao, e incluso hasta el Ebro.

misma, con ella los hoteles perdieron la libertad para continuar fijando los precios exigidos en sus establecimientos. Tras terminar la Guerra, el Servicio Nacional de Turismo fue sustituido por la Dirección General de Turismo aunque durante los años cuarenta las condiciones tanto sociales, políticas como económicas no fueron muy favorables¹³² ni en nuestro país ni en el ámbito internacional. La Segunda Guerra Mundial llevó a un empobrecimiento de todas las naciones europeas que no comenzaron a recuperarse hasta la década de los años cincuenta con el Plan Marshall de ayuda económica.¹³³ En España esta Segunda Guerra Mundial provocó consecuencias económicas y sociales muy negativas, a pesar de la no-participación en la misma, el apoyo que se dio a las naciones que perdieron el conflicto hipotecó la evolución económica de nuestro país. Durante la Guerra se tuvo que recurrir a la autarquía y al racionamiento ya que no se disponía de recursos para adquirir las materias primas, los combustibles y los fertilizantes que eran necesarios. Y cuando finalizó la contienda las potencias vencedoras decidieron aislar política y económicamente a España mientras el régimen político no evolucionara hacia una democracia, lo que provocó que la recuperación económica en nuestro país fuera más lenta que en el resto de los países europeos.¹³⁴

Por lo que se refiere al turismo esta situación de racionamiento que se daba en nuestro país no lo hacía muy atractivo por lo que el número de visitantes descendió de manera espectacular en 1947 se recibieron tan solo 137.000 visitantes. La década de los cuarenta fue particularmente difícil para todo el país y el turismo no podía ser una excepción.¹³⁵ La salida de españoles al extranjero en

¹³² La guerra interior ocasionó los desastrosos efectos que producen todas las contiendas en la economía y por tanto en el turismo de forma directa, ARRILLAGA, J. I., *El Turismo factor de paz y de bienestar*, Madrid, 1997, p. 20-24.

¹³³ La única solución para el resurgimiento del turismo en Europa era la llegada de los súbditos norteamericanos, FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 336-337.

¹³⁴ Estas sanciones políticas y económicas, entre las que se encontraba la exclusión del Plan Marshall, fueron impuestas por la Organización de las Naciones Unidas.

¹³⁵ Ver ARRILLAGA, J. I., *El Turismo y la Economía Nacional*, Madrid, 1955, pp. 38 y ss.

viajes turísticos estaba sujeta a grandes restricciones, por otro lado los horizontes de esas escasas salidas se limitaban a Portugal y Marruecos, especialmente cuando Francia cerró la frontera con España.

La recuperación del Turismo no se produjo hasta 1950 al igual que sucedió internacionalmente, cuando la mejora de la situación económica y el avance de los medios de transporte permitió que se pudieran realizar viajes de placer. En esta década se produce el levantamiento del cerco diplomático a España al ser admitida en la Naciones Unidas, en el Fondo Monetario Internacional y en el Banco Mundial de Reconstrucción y Fomento.¹³⁶ También tuvo gran importancia el cambio de Gobierno que se produjo en 1957 y que dio un giro a la política económica ya que abandonó los criterios autárquicos y se adoptaron medidas de estabilización y saneamiento como la fijación de un cambio más favorable al dólar, eliminación de falsos créditos y la determinación del salario mínimo, todas estas medidas influyeron en la economía y por tanto en el turismo.

Por lo que se refiere a la política turística se crea en 1951 el Ministerio de Información y Turismo que acogía a la Dirección General de Turismo. Dentro de la línea de actuación seguida a partir de ese momento hay que destacar algunos puntos como el obtener ingresos en divisas extranjeras del turismo exterior o el poner de manifiesto a los extranjeros la situación política y de orden público. La promoción del turismo en el exterior se realizaría al mismo ritmo que crecieran las infraestructuras evitando así la masiva afluencia de extranjeros cuando era imposible atenderlos; obtener del turismo parte de los recursos necesarios para su atención y desarrollo (Póliza de Turismo); arbitrar los instrumentos necesarios para que el turismo fuera tratado de modo científico y la formación profesional hotelera y turística fuera adecuada; regulación de los distintos subsectores turísticos; estímulo a la construcción de hoteles, construcción de establecimientos

¹³⁶ Se produce un aumento de la producción industrial y como hemos dicho una evolución de los medios de transporte con la mejora de las carreteras, la mayor disponibilidad de carburantes y el crecimiento del parque automovilístico.

de la Red de Paradores y Albergues.¹³⁷ Se realiza una abundante legislación turística como medida para atender las necesidades de esta coyuntura, la mayoría de las disposiciones eran órdenes que regulaban subsectores turísticos e instituciones como la hotelería, los campings, las cafeterías, las agencias de viajes y los guías, guías-intérpretes y correos de turismo.

La propagación del turismo de masas en nuestro país se debe no sólo a factores de carácter institucional y social como era la coincidencia de un estado de opinión y aceptación del pueblo español para el turismo extranjero muy receptivo y hospitalario, lo que convirtió a España en un destino muy atractivo por la cordialidad y simpatía de sus gentes; además de las condiciones naturales que existían en nuestro país como la existencia de amplia riqueza de recursos naturales y culturales en estado casi virgen.¹³⁸ También hay que añadir la expansión económica que se produjo en Europa que llevó a un aumento de las rentas y la disponibilidad de colectivos de población cada vez más amplios. A esto hay que sumar dos actuaciones de política económica, la devaluación de la peseta en 1959 y una rígida estabilidad de los precios unida a una relación calidad precio de las más competitivas del mundo.¹³⁹

En 1962 se produce un cambio de Gobierno y Manuel Fraga Iribarne es nombrado ministro de Información y Turismo. Una de las primeras medidas es la sustitución la Dirección General existente por la Subsecretaría de Turismo, de la que pasarían a depender el Organismo Autónomo Administración Turística Española (ATE), compuesto por la Red de Paradores y Albergues; los Cotos de Caza y Pesca y el servicio de Rutas Nacionales de Turismo y el Organismo

¹³⁷ Ver ARRILLAGA, J. I. "Primeras experiencias", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 68 y 69.

¹³⁸ Ver VILA FRADERA, J., *La gran aventura del Turismo en España: vivencias y reflexiones de un observador durante casi medio siglo*, Barcelona, 1997, p. 45.

¹³⁹ En este periodo se ponen en marcha los planes de desarrollo económico en los que el turismo tiene un papel importante ya que se aplican instrumentos y estrategias para dar un impulso ajustado de este sector, ver FIGUEROLA PALOMO, M., "La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)", en *Historia de la Economía...*, ob. cit., pp. 103-109.

Autónomo Póliza de Turismo, que se había creado en la época del Patronato de Turismo para recaudar una tasa sobre las pernотaciones. También se crearon la Dirección General de Promoción del Turismo cuyo fin era ejercer las acciones necesarias en el mercado exterior e interno para contribuir a la mejor actuación ante los mercados emisores tendentes a valorar a España como destino turístico; y la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas cuya principal actividad fue la Ordenación del Turismo en permanente contacto con el sector privado.¹⁴⁰ Con todo esto se pretende la preparación de la administración pública para canalizar el turismo de masas procedente de Europa.

Se preparó un marco legislativo con la promulgación de la Ley de Competencias Turísticas en 1963 que atribuía al Ministerio de Información y Turismo la ordenación y vigilancia de toda clase de actividades turísticas estableciendo una definición de las empresas de hostelería y otros alojamientos turísticos y respetando las competencias de carácter administrativo, laboral, etc., que pudieran ser concurrentes sobre materias específicas relacionadas con el Turismo. Esta Ley que era incompleta dio pie a un desarrollo reglamentario a través de un completo desarrollo de Ordenaciones turísticas. Así hay que destacar el posterior decreto de 1965 que aprobó el Estatuto Regulador de la Empresas y Actividades Turísticas Privadas.¹⁴¹

La tradicional oferta turística se fue transformando pasando de los tradicionales destinos basados en el Patrimonio Artístico-Monumental a destinos

¹⁴⁰ Así mismo dependieron de la Subsecretaría de Turismo y nacieron en estos años el Instituto de Estudios Turísticos y la Escuela Oficial de Turismo, cuya finalidad era la formación e investigación en el ámbito turístico, ver HERRERA y ESTEBAN, L., "La expansión (1962-1972)", *50 años...*, ob. cit., pp. 76-78, y FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 842-844.

¹⁴¹ El cual entendía por empresas turísticas las de hostelería, alojamientos turísticos no hoteleros, Agencias de Viajes, Agencias de información turística, restaurantes y "cualesquiera otras que presten servicios directamente o relacionados con el Turismo y reglamentariamente se determinen como tales"; además se definían como Actividades Turísticas todas aquellas que directa o indirectamente puedan influir predominantemente sobre el Turismo tales como el transporte, venta de productos típicos y de artesanía, espectáculos, festivales, determinadas manifestaciones artísticas, deportivas y recreativas y especialmente las profesiones turísticas, por último se dedicaba un tercer capítulo al procedimiento sancionador.

en el litoral mediterráneo y en las islas, ya que la demanda de sol y playa fue una de las más solicitadas en la década de los sesenta por los turistas del Norte de Europa que buscaban en el Sur el remedio a sus largos y fríos inviernos.¹⁴² Para desarrollar este nuevo tipo de turismo el Ministerio impulsó una intensa actividad a lo que se sumó inversiones tanto privadas como públicas, aunque esta premura en la provisión de una infraestructura acorde con la demanda produjo en algunos casos graves errores que dañaron gravemente el paisaje y el medioambiente. Se convocaron 50 asambleas provinciales de turismo que dio lugar al Inventario de Recursos Turísticos.¹⁴³

Hasta la muerte de Franco el Estado se convirtió en empresario gestionando los transportes como Iberia, RENFE y Transmediterránea. También estimulará la promoción del Turismo mediante la ayuda a la creación de empleo, el acondicionamiento del territorio y el apoyo a la iniciativa privada.

En 1973 España superó los 34 millones de visitantes que generaron unos ingresos de más de 3.000 millones de dólares. Sin embargo en este año se desencadena una importante crisis económica mundial como consecuencia de la decisión de la OPEP de subir el precio del petróleo, que se alargó a lo largo de la década de los años setenta y no fue superada hasta el final de la misma cuando además se produce una consolidación del turismo español. Las dificultades económicas vividas se reflejan del mismo modo en el Turismo, se producen quiebras entre los tour operadores tanto europeos como españoles; las compañías aéreas pasan por graves dificultades económicas, desciende el turismo

¹⁴² La playas cálidas de la costa levantina y andaluza se convirtieron en importantes centros turísticos junto con las ya conocidas como playas frías del cantábrico, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Geografía general...*, ob. cit., p. 298.

¹⁴³ Otra de las iniciativas de la administración fue la creación del seguro turístico en 1965 y una nueva clasificación hotelera por estrellas en 1968. ver HERRERA y ESTEBAN, L., "La expansión (1962-1972)", ob. cit., pp. 84-86 y pp. 94-95.

norteamericano a Europa y hay una escasa inversión pública en infraestructuras relacionadas con el Turismo.¹⁴⁴

La contribución del Turismo a la economía española tiene especial significación, ya que gran parte de la misma depende del sector terciario en el que tiene gran incidencia el Turismo. Sin embargo el modelo seguido en esta década no es el más acertado ya que sólo se interesa por conseguir el mayor número de turistas y divisas sin entrar en consideraciones relativas a sus efectos negativos. El modelo turístico que se sigue es el mismo que se diseñó en los años sesenta, turismo familiar de sol y playa, con una elevada estancia media, altamente concentrado en su oferta ya que se desarrollaba en seis provincias Girona, Baleares, Alicante, Málaga y las dos provincias canarias que representan el 80% de todas las pernoctaciones de extranjeros; así mismo concentrado en su demanda porque el 90% del gasto tiene origen europeo con dos nacionalidades británicos y alemanes.¹⁴⁵

La situación política en España era inestable ante las inseguridades planteadas durante el Gobierno de Arias Navarro y la muerte de Franco. Sin embargo a pesar de las dificultades los ingresos turísticos crecen y nuestro país se sitúa en la primera posición europea con 3.500 millones de dólares de ingresos por turismo exterior.¹⁴⁶ Los primeros gobiernos de la monarquía siguen siendo inestables teniendo reflejo en la entrada de turistas extranjeros por lo que en 1976

¹⁴⁴ En España hay que destacar la quiebra de Sofico en 1974 que había sido el primer intento de una empresa turística española de lanzarse a los mercados internacionales, las fuertes campañas publicitarias desarrolladas en Europa por empresas del grupo y la existencia de filiales en docenas de países contribuyeron a empeorar la imagen turística de España, ver VASALLO TOMÉ, I., "Crisis y consolidación (1972-1982)", en *50 años...*, ob. cit., pp. 116-117.

¹⁴⁵ España es el principal receptor del turismo europeo en el segmento de sol y playa (37%) sin embargo participa con márgenes más reducidos (19%) en el resto de segmentos de vacaciones en relación con la gran cantidad de recursos disponibles en cultura, interior, naturaleza y ciudad, además la estacionalidad concentrada en los meses de verano es un obstáculo a la diversificación y modernización del sector turístico español, ver VERA REBOLLO, J. F. y MARCHENA GOMEZ, M., "El modelo turístico español" en *Introducción a la economía del turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 346-347.

¹⁴⁶ En 1975 se consigue para Madrid la sede de la Organización Mundial del Turismo, con motivo de la Asamblea constituyente de dicha organización celebrada en la capital española.

el número de visitantes alcanza el punto más bajo con una caída de los ingresos por divisas en un 12%; esta crisis provocó la quiebra de importantes empresas.¹⁴⁷

En esta nueva etapa de la política española, con la llegada del primer gobierno de la democracia, desaparece el Ministerio de Información y Turismo y se crea el Ministerio de Comercio y Turismo con la intención de que éste tuviera una vertiente más exportadora que la existente hasta entonces. Que más tarde derivaría en el Ministerio de Comercio, Transportes e Industria, en la que el turismo tendría rango de Secretaría de Estado. Con la transición nace un nuevo modelo de Estado, el Estado de las Autonomías, que culmina con la promulgación de la Constitución Española de 1978 y los correspondientes trasposos de competencias en materia de turismo a las Comunidades Autónomas. La Secretaría de Turismo autoriza en 1979 la libertad de precios hoteleros lo que produce que éstos se disparen y el Estado tenga que intervenir para pactar una limitación. La fuerte demanda de los destinos turísticos españoles produce overbooking y fuertes incrementos de los precios en hostelería.¹⁴⁸

La década de los ochenta representa a escala mundial un constante movimiento de crisis, desarrollo y transformaciones. Los primeros años son cruciales para la historia de España.¹⁴⁹ En 1982 el año termina con una cifra record en la historia del turismo, cuarenta millones de visitantes, y un número también superior de ingresos respecto de años anteriores debido al fuerte crecimiento de los precios turísticos muy superior al del IPC. Sin embargo, las turbulencias monetarias internacionales obligarían a una nueva devaluación de la peseta. La

¹⁴⁷ A pesar de todo esto los precios en España siguen siendo los más baratos de Europa y su proximidad geográfica a los principales mercados emisores evitaron que la crisis se prolongara y nuestro país se mantuvo como principal destino de los tour operadores europeos.

¹⁴⁸ Por primera vez en cinco años se aprecia la peseta y mejora la reserva de divisas pero comienzan a plantearse cuestiones acerca de un nuevo modelo turístico para las décadas siguientes, se proponen límites al crecimiento, se busca la calidad de los servicios y se estudian los efectos negativos del turismo, ver BOTE GÓMEZ, V. y MARCHENA GÓMEZ, M., "Política turística" en *Introducción a la Economía del turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 308-309.

evolución de las cifras del turismo en esta década refleja un descenso en la llegada de visitantes a España que no se supera hasta 1988 en el que se alcanza el número máximo tanto de visitantes como de ingresos. Además uno de los grandes problemas a solucionar es la estacionalidad contra la que no se empieza a luchar hasta los años noventa.

Se producen grandes reconversiones empresariales que afectan al sector turístico y vienen promovidas tanto por el Estado como por las fusiones o la crisis de las empresas turísticas.¹⁵⁰ Por otro lado con la desaparición de los sindicatos verticales, en los que estaban unidos según ramas de actividad empresarios y trabajadores, da origen a la creación de Asociaciones Empresariales por sectores de actividad y en 1980 se crea el Consejo de Turismo de la CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales).

El INSERSO organiza un programa de vacaciones para la tercera edad que comprende la organización, comercialización y venta de viajes vacacionales a diversos destinos de España que incluía transporte de ida y vuelta desde el lugar de residencia así como la estancia en hoteles de los lugares de destino. La filosofía del programa se encuentra en la utilización de establecimientos y servicios que normalmente no serían operativos en temporada baja, por lo que se consigue mantener en funcionamiento estos establecimientos y generar miles de puestos de trabajo directos e indirectos.¹⁵¹ Respecto al transporte aéreo en España existían dos compañías de vuelos regulares, Iberia y Aviaco, las dos de naturaleza pública y además dos compañías privadas de vuelos charter: Spantax e Hispania. Pero el

¹⁴⁹ En 1981 dimite Suárez y se produce un fallido golpe de estado el 23 de febrero y en 1982 España ingresa en la OTAN.

¹⁵⁰ Se produjeron privatizaciones entre las que se pueden destacar Viajes Marsans o las empresas pertenecientes al grupo Rumasa como Viajes Internacional Expreso y Hotasa, ver BOTE GÓMEZ, V. y MARCHENA GÓMEZ, M., "Política turística" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 309-310.

¹⁵¹ Ver BAYÓN MARINÉ, F. y HERNÁNDEZ GÓMEZ, C., "Desarrollo y transformación (1982-1991)" en *50 años...*, ob. cit., pp. 136-145.

importante desarrollo del turismo tuvo reflejo en la creación de nuevas compañías aéreas a partir de 1985.¹⁵²

El comienzo de los años noventa está marcado por la Guerra del Golfo con la que se inicia un ciclo económico negativo para la industria mundial de los viajes después de una década en la que el consumo turístico llegó a sus cotas más altas. En España el turismo emisor sufrió un duro revés a causa de la depresión económica, sin embargo no pasó lo mismo con el turismo receptivo que fue aumentando paulatinamente hasta alcanzar en 1997 un espectacular desarrollo que se llegó a calificar como *el segundo boom turístico español*, haciendo referencia a la repetición de la explosión del fenómeno turístico de la primera mitad de los años setenta.¹⁵³ El sector turístico más afectado por la crisis no fue el vinculado a las vacaciones sino al viaje profesional ya que las empresas recortaron drásticamente los gastos de sus ejecutivos en hoteles de lujo, viajes en avión, alquiler de coches, etc., lo que se extendió a las ferias, los congresos, convenciones y viajes de incentivos.

Por lo que respecta a la política turística la aplicación del Plan Marco de Competitividad del Turismo español cambia por completo la línea que se venía aplicando con anterioridad y se aplican al Turismo los criterios que se habían dado para la reconversión industrial, intentando incrementar de este modo los niveles de competitividad.¹⁵⁴ Esta década está marcada también por la incorporación al sector turístico de las nuevas tecnologías tanto en los transportes (el ferrocarril, el barco y el automóvil) como en la distribución turística realizada por las agencias de viajes

¹⁵² El Estado de la Autonomías favorece la creación de nuevas líneas entre las ciudades y al mismo tiempo se acondicionan aeropuertos.

¹⁵³ Ver QUESADA, E., "Los 90. Hacia el nuevo milenio" en *50 años...*, ob. cit., p. 153.

¹⁵⁴ Este Plan se fundamenta en la teoría de ajuste estructural que se ha aplicado al producto de sol y playa cuyos conceptos claves son la calidad y la competitividad, pero también se potencia el desarrollo turístico sostenible que está relacionado con la recuperación de la competitividad, ver BOTE GÓMEZ, V. y MARCHENA GÓMEZ, M., "Política turística" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 310-311.

debido al perfeccionamiento de los GDS (Global Distribution System)¹⁵⁵ y la venta de productos a través de Internet.

Pero en el año 2000 se produce una nueva crisis económica que desacelera el consumo turístico debido al acortamiento de los ciclos económicos. Que tendrá un agravamiento con el atentado del 11 de septiembre de 2001 y otros accidentes aéreos que se produjeron. A pesar de la leve recuperación a principios del año 2002 la crisis económica que se está produciendo a nivel mundial ha afectado, en especial, al turismo procedente de Alemania a nuestro país descendiendo en un 5% la ocupación de los hoteles en el mes de julio.¹⁵⁶ Los destinos tradicionalmente de sol y playa como Baleares y Canarias han sido los más afectados. Por ello se plantea la necesidad de adaptación del sector turístico español a las nuevas preferencias de los consumidores turistas.

1.4.- IMPORTANCIA SOCIAL Y ECONÓMICA DEL TURISMO

1.4.1.- El turismo como actividad económica

Si la progresión de la importancia social y económica del turismo es ya una realidad en todo el mundo, no siempre ha sido captada así. La concepción primera de turismo como actividad de ocio y de viaje ha evolucionado y aunque permanece como esencia misma del turismo, en su entorno se han posicionado un conjunto de servicios, actividades y otros factores que han determinado la consideración de la

¹⁵⁵ En el mercado de los viajes turísticos los GDS dominan completamente la oferta y controlan la distribución por ello la Unión Europea a adoptado medidas para preservar la libre competencia en el mercado así el Reglamento (CEE) nº 2299/1989 del Consejo de 24 de julio de 1989 relativo a un código de conducta para los sistemas informatizados de reserva (SIR) modificado el Reglamento (CEE) nº 3089/93 de 29 de octubre de 1993.

¹⁵⁶ Datos obtenidos de <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuphotel/eoh0702.pdf>,
<http://www.iet.tourspain.es/>.

actividad turística como una actividad industrial,¹⁵⁷ generadora de riqueza y por lo tanto como una actividad económica hasta llegarse a considerar por ciertos autores como la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo y sus sectores derivados.¹⁵⁸

Así podemos considerar que el turismo genera renta al favorecer la creación de puestos de trabajo, equilibrar la balanza de pagos con el aporte de divisas y fomenta la actividad empresarial en la región o país en el que se desarrolle.¹⁵⁹ Este aporte de ingresos y de divisas tiene una influencia directa en las empresas relacionadas con la actividad turística y una influencia indirecta que beneficia a otros sectores relacionados, redistribuyendo la renta y produciendo un efecto multiplicador que dinamizará la economía del país o región relacionado con el turismo, revelándose además como un factor de transformación social.¹⁶⁰ Existe una cierta analogía del turismo con la exportación e importación de bienes y servicios que pueden sustituir a las exportaciones tradicionales, al considerarse éste como una exportación invisible de bienes y servicios turísticos por parte del país o región receptor del turismo, teniendo esta exportación la característica de que el consumo de los bienes se efectúa donde se recibe al turista.¹⁶¹

Los principales beneficios económicos del turismo en la economía los encontramos en aspectos tan diferentes como:

¹⁵⁷ FIGUEROLA ha llegado a afirmar que el turismo es como una pequeña economía donde intervienen todos los sectores de la economía, desde el primario hasta el sector público, en *Manual de Economía Turística*, Madrid, 1992, p. 30.

¹⁵⁸ Ver ALTÉS MACHÍN, C., *Marketing y Turismo*, Madrid, 1993, pp. 24-30, VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 102-108, JIMÉNEZ MORENO, F. J., *Apuntes de Introducción al Turismo*, Ávila, 1997, pp. 81-82.

¹⁵⁹ Para el año 2020 se prevé que habrá 1.561 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo que gastarán más de 2 billones de dólares, estos datos representan una tasa de crecimiento anual media del 4,1%, mucho más de la expansión máxima de la riqueza mundial del 3% anual, ver AAVV, *Turismo Panorama 2020...*, ob. cit., p. 3.

¹⁶⁰ "El turismo se entiende como una actividad esencial para la vida de las naciones, debido a sus efectos directos sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades" de la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial de 1980.

¹⁶¹ Esto conlleva la ventaja de acomodar la fluctuación de los precios en la zona del consumo turístico, controlando con ello parte el mercado y pudiendo incentivarlo e influir así en los beneficios económicos, ver AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., pp. 15-17.

- a) La contribución al equilibrio de la balanza de pagos al implicar el turismo un rápido incremento de divisas generado por los visitantes extranjeros,¹⁶² produciendo así unos efectos medibles directamente a los que habría que añadir otros efectos indirectos que algunos autores¹⁶³ llaman secundarios y terciarios, entre los primeros podemos encontrar los producidos por el gasto turístico infiltrado en la economía de la región o país, sirva como ejemplo los ocasionados por el marketing de la actividad turística en el exterior o la importación para proveer los establecimientos turísticos, los ingresos que se obtienen en unos establecimientos se gastarán en otros proveedores y servicios locales, etc. Y entre los terciarios existen flujos monetarios que no se consideran directamente generados por el gasto turístico pero que están relacionados con él y en el que podemos incluir las compras requeridas por este sector.¹⁶⁴
- b) La contribución al Producto Interior Bruto se puede valorar teniendo en cuenta tanto el gasto por turismo de los no residentes de un país dado, como del gasto en turismo realizado por los residentes de ese país.¹⁶⁵ Aunque este cálculo se considera estadísticamente significativo no explica otros ingresos que se generan en este sector y que incluimos en las secciones siguientes.

¹⁶² El sector turístico español fue capaz de compensar en 1995, gracias al saldo turístico positivo, el 144% del déficit comercial español según publicó el Banco de España, ver VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., p. 105.

¹⁶³ MATHIENSON, A. and WALL, G., *Tourism Economic Tourism Economic, Phisycal and Social Impacts*, UK, 1982, p. 55.

¹⁶⁴ Estos efectos están en relación con los elementos utilizados para medir la Balanza de Pagos Turística, la cual representa los gastos y cobros realizados con el extranjero con motivo del turismo, ver LANQUAR, R., *La Economía del Turismo*, Barcelona, 1991, pp. 77-80, VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 112-114, JIMÉNEZ MORENO, F. J., *Apuntes de Introducción...*, ob. cit., pp. 85-86, MONTANER MONTEJANO, J., *Estructura del Mercado...*, ob. cit., pp. 120-122.

¹⁶⁵ A nivel mundial es difícil precisar la contribución del turismo al PIB, hasta que no se realice una amplia implantación de las cuentas satélites de turismo, con las que se facilita información sólida, exhaustiva e internacionalmente uniforme sobre las repercusiones económicas del turismo, ver PACI, E., "¿Qué es una cuenta satélite de turismo?" en *Noticias OMT*, noviembre, 1998.

- c) La contribución del turismo a la creación de empleo directo, en las instalaciones turísticas, e indirecto causado por el gasto turístico.¹⁶⁶ Ello conlleva una formación laboral específica que ofrezca una profesionalidad para un turismo de calidad.¹⁶⁷
- d) La contribución de la actividad empresarial, por estar el sector turístico interconectado con diferentes sectores económicos. Sirva como ejemplo el incremento en la construcción ocasionado por el incremento turístico, con la posterior modificación de las infraestructuras urbanas, interurbanas y de comunicación.¹⁶⁸
- e) La contribución al aumento y distribución de la renta al potenciar el equilibrio y mejora del nivel de vida de la población residente en la zona turística.¹⁶⁹

Pero el turismo presenta como contrapartida de estos beneficios económicos ciertas contraprestaciones que pueden influir en su desarrollo y que pueden acarrear un determinado deterioro de sus elementos favorecedores con efectos negativos en la base económica que los sustenta. Por ello se necesita de una determinada planificación interdisciplinar que estudie, desde un punto de vista sistémico, la naturaleza de la actividad turística, los factores que determinan esta actividad y los diferentes elementos interrelacionados que la

¹⁶⁶ El turismo crea empleo directo en empresas turísticas y empleo indirecto en empresas no turísticas pero que son proveedoras del sector, la creación de empleo indirecto es mayor que la del directo, ver LOZATO GIOTART, J. P., *Géographie du Tourisme*, París, 1985, pp. 56-60, MATHIENSON, A. and WALL, G., *Tourism Economic...*, ob. cit., p. 77, MONTANER MONTEJANO, J., *Estructura del Mercado...*, ob. cit., p. 122.

¹⁶⁷ La UE también se ha hecho eco de la contribución del turismo a la creación de empleo ver COM (1999) 205 final de 28 de marzo de 1999, Resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo DOCE C 135 de 6 de junio de 2002.

¹⁶⁸ El aumento de la demanda turística produjo en los años sesenta la llegada al Mediterráneo de grupos financieros extraeuropeos que se interesaron en la adquisición de solares en zonas de supuesto desarrollo turístico, de la construcción y venta de inmuebles, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Introducción a la Teoría...*, ob. cit., p. 618.

¹⁶⁹ El turismo contribuye a redistribuir las rentas de un país igualándolas entre zonas más o menos deprimidas y permite una más justa distribución de los perceptores de rentas, ver AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., pp. 220-221, VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 102-103.

potencian.¹⁷⁰ Desde este punto de vista podemos hablar del turismo como un sistema en el que se distinguen cuatro elementos básicos: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado.

La demanda turística está formada por el conjunto de los consumidores o potenciales consumidores de los bienes y servicios turísticos. Este sector, genéricamente denominado turista y descrito con anterioridad, está formado por un agregado de personas con características diferentes, esto condiciona la elaboración de diferentes taxonomías que clasifiquen las demandas turísticas a fin de identificar los modelos demandados y elaborar un adecuado marketing del mercado, justificando con ello este campo de especialización.¹⁷¹ Además la captación de la demanda ha de estar acorde con el potencial de recursos disponibles para un adecuado desarrollo turístico que preserve la imagen turística global y pondere los atributos y atractivos con relación a los precios, ya que el tomar como objetivo la maximización de los precios puede alejar el número de visitantes y por tanto la demanda, objetivo éste a maximizar.¹⁷²

La oferta turística, aunque se considera como el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística para disfrute y consumo del turista, su definición no es tan sencilla como cuando se piensa en productos industriales u otros productos más definidos. El producto turístico para que sea eficaz como oferta de consumo, ha de cumplir un conjunto

¹⁷⁰ Debido a la escasa participación de aproximaciones interdisciplinares, se propicia que lo que en un principio era una ventaja para el desarrollo turístico (la existencia de playas, patrimonio histórico o natural) desaparezca, y la adulteración de los elementos que favorecieron la atracción de turistas se convierta en una lucha entre recursos empleados y resultados obtenidos cuyas consecuencias no son rentables ni para las empresas ni para la sociedad, ver PEDREÑO MUÑOZ, A., "El turismo en el análisis económico" en *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 22-23.

¹⁷¹ La demanda turística se caracteriza además por su estacionalidad, es decir se centra en unos meses del año, cuyo origen los encontramos como hemos visto en factores históricos, sociales y culturales a pesar de que paulatinamente esta tendencia va cambiando, ver LANQUAR, R., *La Economía...*, ob. cit., pp. 27-28, VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., p. 96, FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Introducción a la Teoría...*, ob. cit., pp. 141-142,

de caracteres heterogéneos muchos de ellos coincidentes con los de otros consumidores y otros específicos del sector turístico.¹⁷³ Este consumo específico o directo es apoyado por un consumo indirecto ligado a otras ramas de actividad, existiendo una interrelación de actividades productivas cuya cuantificación pone de relieve el importante papel que en la economía de un país o región puede jugar el mercado turístico. Destacamos pues que la oferta turística está integrada exclusivamente por aquellos servicios y organizaciones que producen el bien que tiene por objeto último el consumo directo del turista. Por ello en este sector o elemento hemos de incluir distintas actividades que se realizan directamente en el lugar de destino del turista y entre las que podemos señalar a los alojamientos, la alimentación o restauración, el ocio, cultura y actividades deportivas y las compras.¹⁷⁴

El espacio geográfico considerado como el lugar físico en el que se va a desarrollar la actividad turística ha tenido distintas denominaciones a lo largo de la literatura turística según las características del lugar donde se desarrolla la actividad turística.¹⁷⁵ Si bien existe una denominación más dinámica de este concepto y que lo designa como destino turístico, haciendo referencia con ello a un lugar de llegada o de destino al que ha de desplazarse la demanda turística para

¹⁷² Ver GONZÁLEZ GARCÍA L. y MORA SÁNCHEZ, A., "La demanda de características de los servicios turísticos" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 117-120.

¹⁷³ La oferta de bienes y servicios turísticos depende de la existencia de elementos de atracción que constituyen los móviles del desplazamiento turístico para el viajero, por ejemplo la presencia de una oferta hotelera amplia en el litoral mediterráneo está íntimamente relacionada con la presencia de un clima benigno y la disponibilidad de playas para el baño, ver MORANT MORA, A., MONFORT MIR, V. M. y IVARS BAIDAL, J., "Oferta turística" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 132-140; AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., pp. 85-86, LANQUAR, R., *La Economía...*, ob. cit., pp. 40-41.

¹⁷⁴ Una actividad que puede incluirse en este sector es el transporte cuando se entiende que se utiliza en el lugar de destino turístico y no como de desplazamiento desde el origen del turismo al destino, al poder considerarlo como un gasto en la actividad complementaria de destino, ver AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A. ob. cit., p. 109.

¹⁷⁵ Existen diferentes denominaciones de espacio geográfico turístico, como la de BOULLÓN que lo descompone en unidades más pequeñas como zona turística, complejo turístico, núcleo turístico en *Planificación de Espacios Turísticos*, Méjico, 1990, p. 45; la de municipio turístico empleado por la Comunidad Canaria en su Ley 7/1995 de Ordenación del Turismo de Canarias.

consumir el producto turístico, constituyendo este destino uno de los objetivos del turista.¹⁷⁶

El operador de mercado es un elemento formado por un conjunto de agentes que tiene por objeto facilitar la relación entre la oferta y la demanda turísticas y que aún sirviendo de intermediario entre el consumidor final o turista y el producto turístico bien a consumir, su acción puede extenderse al resto de la oferta complementaria del servicio turístico. Así pues las funciones específicas de este elemento del sistema turístico son la distribución de los servicios en el mercado turístico y el transporte y comercialización de los productos turísticos, por lo que en este sector podemos englobar a las agencias de viajes y los tour operadores, como elementos hegemónicos del mismo y que engloban a diferentes empresas gestoras de esta actividad.¹⁷⁷

Todos los elementos vistos hasta ahora forman parte de la industria turística pero además hay que tener en cuenta los factores denominados exógenos, no controlables, que pueden influir en la misma y que contribuyen a la conceptualización de la sistemática del turismo.¹⁷⁸

1.4.2.- Implicaciones macroeconómicas del turismo

Las decisiones del sector público, que condicionan al mercado privado, influyen en la actividad económica de los diferentes países, interviniendo el Estado de formas diversas, ya sea ofreciendo bienes que no son abastecidos por el sector privado, dotando de infraestructuras públicas a los productores y

¹⁷⁶ La expresión destino turístico es utilizada por BULL, A., *La Economía del Sector Turístico*, Madrid, 1994, p. 82 y por COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D., and WANHILL, S., *Tourism: Principles and Practice*, London, 1993, p. 52., FERNÁNDEZ FÚSTER utiliza la expresión núcleo receptor en *Teoría y Técnica...*, ob. cit., pp. 444-446.

¹⁷⁷ Ver ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 23-25, VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 339-390.

¹⁷⁸ Ver AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., p. 54.

consumidores, redistribuyendo la renta entre los ciudadanos, imponiendo determinados controles o fijando normas que regulen el sector exterior, etc.¹⁷⁹ Los estudios macroeconómicos sobre el turismo hacen hincapié en el ritmo de crecimiento de la economía, es decir el impacto económico causado por el gasto turístico y el causado por el desarrollo de la actividad turística, así como el incremento y decremento que puedan surgir a lo largo del tiempo.¹⁸⁰

Todo este agregado de elementos económicos que influyen en la capacidad económica del Estado está determinada por el impacto que puede ejercer la demanda y los problemas que esta puede generar: puede generar inflación, ya que al intentar crecer con una política expansiva se provocará un problema en los precios, pudiendo producir un estancamiento o paro; por otro lado el aumento del gasto público o la inversión generará un incremento del consumo por aquellos que ven incrementar sus ingresos y esta demanda de consumo hará que otras empresas aumenten su producción y ventas, produciendo así un efecto multiplicador.¹⁸¹

Desde el punto de vista turístico el incremento de la demanda turística provocará un crecimiento de la economía superior al incremento del gasto turístico inicial, generando un incremento en los precios en las zonas receptoras.¹⁸² Por ello

¹⁷⁹ No vamos a analizar el gasto público ni los impuestos, si bien hay que destacar que se trata de uno de los aspectos más importantes de la política turística de las administraciones públicas, ver BOTE GÓMEZ, V. y MARCHENA GÓMEZ, M., "Política turística" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 296-302, MONTANER MONTEJANO, J., *Estructura del Mercado...*, ob. cit., pp. 33-39, VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 141-143.

¹⁸⁰ En el estudio del comportamiento de los grandes agentes económicos, realizado por la macroeconomía, se incluyen aspectos tales como la influencia de la política económica estatal y de los mercados sobre el nivel de empleo y los precios, las causas del desempleo y su volumen, el gasto público de las administraciones, etc. Ver HIDALGO MORATAL, M., "Aspectos macroeconómicos del turismo" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 158-159, FIGUEROLA, M., "Aspectos macroeconómicos del turismo en España", en *Turismo y Medio Ambiente*, ob. cit., pp. 159-161.

¹⁸¹ La Administración puede influir sobre el nivel general de los precios turísticos y de ese modo influir también sobre la demanda, ver VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 108-109.

¹⁸² Un sector productivo se define desde el lado de la oferta, así el calzado se define como tal por el producto ofrecido (zapatos), no por el hecho de que la demanda provenga de uno u otro lugar. El turismo en cambio es un tipo de demanda que afecta a diversos sectores productivos: hostelería,

se ha de medir su influencia en el conjunto de la producción del PIB de un país, por su participación en los gastos del país visitado y que afecta a los sectores productivos, ya que nos encontramos en un sector económico de los denominados de fuerte demanda, es decir que cuando aumenta la renta de los consumidores, crece muy deprisa la demanda del turismo.¹⁸³

Sin embargo se ha de tener en cuenta el impacto negativo que puede producir el desarrollo turístico en una determinada región o país. Nos referimos a impactos de tipo sociológico como inadaptación social general tanto por parte de la ciudadanía receptora como del turista, de tipo ecológico, de tipo cultural como la destrucción de culturas autóctonas, de tipo urbanístico y geográfico, etc.¹⁸⁴ Estos impactos que pueden influir en la consideración económica habrá que sopesarlos con los impactos positivos como son la creación de empleo, la generación de nuevas empresas con su fuerte interrelación, el aumento de la renta per cápita con la entrada del turismo extranjero, etc. Es cierto que aunque el gasto turístico se concentra habitualmente en alojamiento y transporte, hay muchos otros sectores que se ven afectados, influyendo en su estructura organizativa, en el nivel tecnológico e incluso en la internacionalización de la actividad.¹⁸⁵

transporte, comercio, inmobiliarias, etc. Cada uno de los sectores afectados, a su vez, tiene un componente turístico en su demanda, pero otra parte de ella no lo es. Así sucede, por ejemplo, en la demanda de primera vivienda o de segunda residencia. De ahí que el turismo no pueda ser estudiado como los demás sectores, ver HIDALGO MORATAL, M., "Aspectos macroeconómicos...", ob. cit., p. 162.

¹⁸³ Es un sector de elasticidad en renta elevada, lo que le convierte en un gran motor de crecimiento de muchos países en desarrollo, a escala mundial se estima que el turismo supone en torno a un 4% de la producción mundial bruta, por lo que económicamente se la ha de tener en cuenta al ser una magnitud considerable y creciente en el tiempo, FIGUEROLA, M., "Aspectos macroeconómicos...", ob. cit., pp. 173-176.

¹⁸⁴ Entre los problemas que ha producido el turismo de masas en España destaca el deterioro de la calidad del producto turístico especialmente en dos aspectos: entorno paisajístico y ambiental, y calidad del servicio, ver VALDÉS PELÁEZ, L., "Turismo, desarrollo y sostenibilidad", en *Turismo y Medio Ambiente*, ob. cit., p. 21.

¹⁸⁵ Los sectores productivos que abastecen la demanda turística tienen impacto directo sobre otros sectores, cada sector demanda productos intermedios a otros sectores, generando con ello una cadena de incrementos de demanda, impactos estos que producen unos efectos multiplicadores y cuyo efecto final depende de la estructura sectorial y tecnológica del país.

En cuanto a la generación de empleo por el sector turístico, éste genera más empleo que la media de los sectores productivos, tanto de forma directa como de cada uno de los sectores indirectos.¹⁸⁶ Por otro lado no podemos olvidar que el empleo turístico tiene dos defectos importantes: uno de ellos son los salarios bajos motivados la mayoría de las veces por la baja especialización y calidad laboral del empleado, lo que puede provocar una merma en la calidad y el segundo es la eventualidad laboral debida a la estacionalidad del sector turístico o a la cancelación de contratos turísticos por razones que no tienen relación directa con la estacionalidad.¹⁸⁷

El primero de los defectos anteriormente señalados, la calidad laboral, puede influir en la calidad del producto ofrecido, factor importante para la competitividad en el sector que cada vez se va especialización y segmentando según las necesidades del mercado.¹⁸⁸ El segundo de los defectos, la estacionalidad laboral, está motivado por la especialización del destino turístico en una época concreta del año, según el tipo de turismo demandante, surgiendo diferentes tipos de turismo: de playa, de nieve, cultural, de la tercera edad, etc. Pero esta estacionalidad otras veces está causada por otros motivos como de tipo económico, las crisis económicas, o de tipo político social, conflictos bélicos e inestabilidades políticas.

Las crisis económicas pueden afectar al turismo según el tipo de crisis y las medidas adoptadas en cada una para solventarlas. Es sabido que el turismo se

¹⁸⁶ Aunque algunos necesitan de fuertes inversiones de capital por puesto de trabajo, otros son intensivos en actividad, o sea necesitan mucha mano de obra por unidad producida, ejemplos de estos dos casos son en el primero de ellos las empresas aeronáuticas que requieren de gran inversión fija por puesto de trabajo y el segundo en el caso de la hostelería que necesita mayor número de trabajadores cuanto mayor sea la categoría del hotel, ver LANQUAR, R., *La Economía...*, ob. cit., pp. 50-57.

¹⁸⁷ Ver FIGUEROLA, M., "Aspectos macroeconómicos...", ob. cit., pp. 179-182.

¹⁸⁸ Para el desarrollo de la empresa turística se necesita de un análisis de la competitividad que incluya la calidad de la oferta y la problemática ambiental que ello conlleva, y no basar la competitividad en la reducción de costes bajando los precios mediante la reducción de la calidad ofertada, ver CAMISON ZORZONA, C., "La empresa turística: un análisis estratégico" en *Introducción a la Economía...*, ob. cit., pp. 231-236.

considera como un gasto de lujo que se ve influenciado por la renta, los crecimientos económicos influyen positivamente en los gastos turísticos, dinamizando a este sector y análogamente en los períodos de recesión económica hay un descenso en el gasto de turismo que es superior al recorte en otras partidas. Pero en un estudio pormenorizado económicamente habría que analizar las diferentes variables que influyen en el sector turístico para aceptar las anteriores afirmaciones. Este sector se puede ver afectado por condicionantes tales como las restricciones que la política económica aplique a los consumidores, la influencia, conocimiento y profundidad de la crisis en cada uno de los países de origen de los turistas, la evolución de los precios turísticos ante la crisis, las peculiaridades de cada país de destino, etc.¹⁸⁹

Podemos pues decir que este sector participa de forma creciente en la economía mundial, las cifras de visitantes extranjeros pueden ofrecer tendencias crecientes lo que aumentaría el ingreso de divisas por este concepto, esto da lugar a que en muchos países se considere como potenciador de su economía emergente, provocando la aparición de nuevos países turísticos generalmente de economía precaria que compiten con destinos tradicionales, lo que lleva a la caída de precios.¹⁹⁰ Además la importancia del turismo se centra en su gran capacidad de financiar los desequilibrios provocados por la escasa competitividad en la balanza de bienes de muchos países, aunque su importancia relativa es decreciente en

¹⁸⁹ Así en el principio de los años setenta la crisis del petróleo no tuvo mucha influencia sobre el número de visitantes pero sí se produjo una importante caída de la participación del turismo en el volumen total de importaciones mundiales dado el fuerte incremento del precio de éstas. Sin embargo la crisis de los años 79-83 sí tuvo efectos más perniciosos, se redujo el número de turistas a nivel mundial y disminuyó la participación del turismo en el comercio mundial. Finalmente a principios de los años noventa se produce una nueva crisis que afecta de manera diferente a los países turísticos debido a la inestabilidad política y social sufrida en algunos destinos, si bien la crisis más importante se produce como ya hemos visto en septiembre de 2001 aunque afecta de modo diferente a los distintos sectores, ver HIDALGO MORATAL, M., "Aspectos macroeconómicos...", ob. cit., p. 176.

¹⁹⁰ Así en España en el verano de 2002 se ha producido un descenso del 20% en la llegada de turistas alemanes debido a que la desaceleración económica de su país les haya impulsado a elegir destinos más económicos como Bulgaria, Egipto, Turquía o Croacia.

países de turismo consolidado.¹⁹¹ Vemos pues que el sector turístico es uno de los más fuertes y dinámicos de la economía mundial, con fuerte demanda y cierta estabilidad a largo plazo y con una creciente competencia mundial a lo largo del tiempo.

1.4.3.- Implicaciones socioculturales del turismo

Existe, como ya hemos visto antes, una tendencia tradicional a medir el impacto del turismo en la economía del país receptor, también una tendencia moderna a medir el impacto ambiental que el turismo puede aportar a la región receptora, efectos ambos que se pueden valorar desde el punto de vista de los beneficios que aporta. Pero hay otros impactos que no se analizan tradicionalmente desde un punto de vista análogo midiendo los beneficios y perjuicios que puede aportar el turismo, nos referimos a los impactos socioculturales que el turismo aporta.

Con la estancia de los visitantes turistas en los lugares de destino se produce una modificación de las relaciones sociales y un intercambio en el contacto cultural, llegando a producir un impacto tanto en el visitante como en el residente, esto es objeto de estudios sociológicos.¹⁹² El cambio sufrido que no es uniforme y único en todos los destinos turísticos, está en función del tipo de turista

¹⁹¹ También los efectos sobre la balanza de pagos no se miden sin analizar las partidas de la balanza y no sólo la denominada "turismo y viajes", al no desplazar al ámbito de la economía turística las fracciones de producción generadas como consecuencia del gasto turístico por las empresas residentes, ya que este tipo de gasto se engloba generalmente en la demanda intermedia del sector turístico, ver FIGUEROLA, M., "Aspectos macroeconómicos...", ob. cit., pp. 186-189.

¹⁹² Según SAN MARTÍN GARCÍA, J. E., citando a DOXEY, se desarrolla un modelo evolutivo de cambio de actitudes que sufren los locales hacia los turistas consistente en cuatro fases: euforia, apatía, molestia y antagonismo, en *Psicosociología del ocio y del turismo*, Málaga, 1997, pp. 88-89.

que visita la región y de la idiosincrasia de los residentes.¹⁹³ Dando lugar éste contacto a la transformación en los valores, comportamientos y actitudes de ambos sectores del turismo, influyendo principalmente el visitante en el residente, produciéndose un resultado unificador socializante y una aculturación unificadora.¹⁹⁴

Otras veces los turistas no tienen interés en introducirse en la cultura local de la región visitada, mantienen sus costumbres y se relacionan con individuos de su misma nacionalidad, llegando a formar verdaderos ghettos.¹⁹⁵ En palabras de MATHIENSON y WALL “el turismo de masas está rodeado por, pero no integrado en, la sociedad receptora”.¹⁹⁶ Estas situaciones pueden provocar segregaciones en la población, problemas de relaciones entre las dos comunidades, motivado por la dificultad de comprensión por el idioma o las costumbres, alteración del comportamiento social, ético y religioso, etc.

Por otra parte el turismo trae consigo aportaciones positivas ya que necesita de infraestructuras que ofrezcan al visitante bienestar y comodidad de estancia y desplazamiento. Ello conlleva mejora en la en la hostelería, infraestructura de desplazamiento, autovías aeropuertos, demanda de actividades deportivas demanda de condiciones sanitarias y atención a aspectos relacionados con la salud.¹⁹⁷

¹⁹³ FERNÁNDEZ FÚSTER introduce una tercera figura, los inmigrantes, que produce un triángulo de fuerzas con intereses comunes o conflictos e influencias mutuas, de cada uno con los restantes y entre si mismos, en *Introducción a la Teoría...*, ob. cit., p. 63.

¹⁹⁴ El fenómeno de la aculturación turística viene referida a las invasiones de pueblos que se producen todos los años con la llegada masiva de turistas. El término aculturación es utilizado por historiadores y etnógrafos para referirse al choque producido entre dos o más culturas como el que se produjo en la historia de España como la invasión del pueblo visigodo sobre el hispano-romano o con la invasión árabe, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Introducción a la Teoría...*, ob. cit., pp. 64-67.

¹⁹⁵ Como ejemplo se pueden citar las Little England, Nya Sverige, Nowa Polska, etc., ver FERNÁNDEZ FÚSTER, en *Teoría y Técnica...*, ob. cit., p. 459.

¹⁹⁶ En *Tourism Economic...*, ob. cit., p. 121.

¹⁹⁷ Todas estas necesidades y mejoras se pueden extender a otras que faciliten el servicio y la puesta en marcha de las primeras, como la mejora en las comunicaciones, en los servicios financieros, en las agencias de viaje, etc. Sobre los cambios producidos en la infraestructura del núcleo receptor ver FERNÁNDEZ FÚSTER, en *Teoría y Técnica...*, ob. cit., pp. 475-490.

También ha habido estímulo indirecto por parte del turismo para recuperar y divulgar actividades culturales autóctonas que el turismo ha reconocido y popularizado. Así puede ayudar a potenciar actividades de los residentes, costumbres y patrimonios históricos artísticos beneficiados tanto directa como indirectamente por el interés del visitante al incluirlo en la experiencia turística, como por la aportación económica del turismo para recuperar estos elementos culturales.¹⁹⁸ Existe además un atractivo del turismo como potenciador del cambio social positivo ya que la mera observación del comportamiento de los visitantes influye en la transformación de actitudes de los residentes animando a éstos a trabajar para conseguir las cosas de las que carecen, permitiendo además un intercambio cultural y aprendizaje de costumbres e idiomas, aumentando con ellos la tolerancia hacia otras costumbres y a respetar las diferencias.

Existen otros condicionantes sociales de tipo político, militar o social que pueden alterar la situación turística de un país o región, mediatizados éstos por situaciones coyunturales de crisis. La planificación turística que debe garantizar un bienestar y asegurar la satisfacción de las necesidades de los turistas choca en ocasiones con situaciones de crisis e incertidumbre en la gestión política o social del país a visitar, así sucedió en alguno de los destinos emergentes como Argelia, Egipto, Bosnia, Líbano, Israel, etc.,¹⁹⁹ en los que los aspectos positivos anteriormente reseñados se enfrentaban con la idiosincrasia de estos países que no admiten la presencia del fenómeno cultural turístico, con la carga social implícita en ese desarrollo turístico y con el efecto socializador que éste produce.

¹⁹⁸ Además de ser una experiencia positiva para los residentes, ayuda a concienciarlos sobre el valor de su patrimonio y la posibilidad de contribuir a recobrar valores posiblemente olvidados, ver AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., pp. 236-237

¹⁹⁹ En algunos destinos ha aumentado de forma evidente el crimen, la prostitución, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas, del aumento de la prostitución se ha hecho eco la OMT en la Declaración sobre la prevención del turismo sexual organizado, Resolución A/RES/338(XI), y la Unión Europea como así lo recoge la Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las medidas de lucha contra el turismo sexual que afecta a niños COM (1999) 262 final de 26 de mayo de 1999.

1.5.- EL SISTEMA TURÍSTICO

El estudio de los viajes y el turismo implica una actividad humana que atrae la atención académica de economistas, geógrafos, científicos del medio ambiente, psicólogos, sociólogos, políticos, juristas e investigadores de diversas disciplinas. En el turismo confluyen un conjunto de intereses e influencias que le dan un carácter multidisciplinar por lo que su estudio se debe realizar desde diferentes áreas de conocimiento, para lo cual ARRILLAGA²⁰⁰ propone el estudio del turismo desde diversas perspectivas científicas, implicando en ello a la Sociología, el Derecho, la Geografía, la Estadística, etc. Para llegar a esta conclusión se basa en el origen extraturístico de los servicios o bienes turísticos; en la no-utilización exclusiva de los bienes y servicios turísticos por los turistas sino también por otros consumidores; en el uso de técnicas comunes ya que en la construcción y explotación de las industrias turísticas se emplean las mismas técnicas que en el resto y además se basa en una regulación legal general ya que no existe un Derecho turístico propiamente dicho sino que su ordenamiento se realiza a través del Derecho Civil, Mercantil, Administrativo, Internacional, etc. Si bien todas estas afirmaciones son rebatibles ya que algunas empresas como los tour operadores y la Agencias de viajes nacieron con el fin exclusivo del intercambio vacacional, y aunque, el carácter turístico de un bien o servicio se lo da quien lo consume, ello no determina que exista una ciencia del turismo sino que el estudio de este fenómeno se debe hacer de un modo conjunto.

Por lo que debemos entender el turismo como un sistema de relaciones y estudiarlo de un modo generalista examinando diversos campos y sacando conclusiones generales de todo el sistema por diversos, métodos encontrando las implicaciones que se producen entre todos ellos. Los estudios sistémicos del

²⁰⁰ ARRILLAGA, J. I., "El turismo como ciencia", *Revista de Estudios Turísticos*, n° 41, pp. 5-31.

turismo son cada día más frecuentes y en ellos es común la percepción del mismo como un todo, en el que la actividad turística, como sistema, tiene propiedades que son diferentes a la mera suma de las partes.²⁰¹ Entendemos pues que el turismo se puede organizar de acuerdo con la Teoría General de Sistemas.²⁰² El Turismo es efectivamente un sistema de relaciones entre un sujeto, que en este caso sería el turista, y un objeto que estaría compuesto de tres elementos: el núcleo receptor, la empresa y la organización turística.²⁰³ Las relaciones entre el sujeto y el objeto se producen bajo la influencia de diversos entornos: Económico, Sociológico, Jurídico, Político, Psicológico, Ecológico y Tecnológico.

Entorno jurídico. El turismo como toda actividad humana en la que hay un intercambio de bienes o de servicios requiere de una regulación que determine los derechos particulares o generales. Son por ejemplo el Derecho Civil, Mercantil o Administrativo los que han sufrido la influencia del turismo que en algunos casos incluso ha dado lugar al nacimiento de nuevas ramas del Derecho como el Urbanístico que surgió como consecuencia del turismo de masas o también en los viajes combinados que dieron lugar a una normativa específica que pretendía la protección del consumidor mediante una regulación concreta.

Entorno económico La consideración del turismo como industria, lo incluye en un campo generador de riqueza que ha de ser estudiado desde el punto de vista económico. El turismo produce una creación de empleo directo o indirecto que está en continuo crecimiento, relacionado con la producción de servicios (transporte, alojamiento, manutención, ocio y distracción, etc.) como con la de bienes que pueden estar relacionados directa o indirectamente con el consumo turístico y que producen gastos también en

²⁰¹ Ver CUEVA JIMÉNEZ, L. U., "La actividad turística española. Una aproximación desde la dinámica de los sistemas", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 135, 1998, pp. 29-49.

²⁰² BARTALANFFY, L. V., *Teoría General de los Sistemas*, Méjico, 1993, pp. 74-80.

²⁰³ Ver GUIBILATO, G., *Economie Turistique*, Suiza, 1983, pp. 82-85.

otros sectores diferenciados de éste. Además el turismo tiene su influencia en diferentes sectores: así el turismo internacional lo hace en la balanza de pagos, el mercado turístico en los sistemas económicos, variando los precios e inversiones o permitiendo desarrollos regionales y nacionales (recuérdese la influencia que tuvo en la España de los años 50) e incluso ha afectado el turismo al Producto Interior Bruto de un país o mundial.²⁰⁴

Entorno humanístico Es notable la influencia que puede tener el turismo en la variación social y cultural de un país. En este sentido permite el cambio de costumbres, globaliza los ambientes sociales y genera intercambios difíciles de realizarse por otros medios, pudiendo llegar a producir una aculturación como consecuencia de la influencia cultural que ejercen las corrientes turísticas sobre la población de los núcleos receptores, ocasionando a veces una pérdida de identidad cultural o una mezcla de culturas que se pueden materializar en la arquitectura, en la gastronomía, en la lingüística, etc. Estos aspectos, estudiados por la Sociología, pueden atribuirse a necesidades diversas como la de relacionarse o la simple emulación cultural novedosa.²⁰⁵

Además existe en esta vertiente humanística del turismo, el estudio del comportamiento del turista. En este sentido se dice que el turismo puede influir en el comportamiento, determinando una psicología turística.²⁰⁶

Otro aspecto del entorno humanístico del turismo es el político, según la motivación política de la administración que puede servir de activador del mismo logrando con él un posible desarrollo económico, lo que se ha logrado en varios países que antes de la presencia del turismo se encontraban en un completo subdesarrollo.

²⁰⁴ Ver ACERENZA, M. A., *Administración...*, ob. cit., pp. 86 y ss.

²⁰⁵ FERNÁNDEZ FÚSTER realiza un breve análisis de las tensiones sociales que se producen entre los turistas, los inmigrantes y el grupo receptor de ambos, en *Teoría y Técnica...*, ob. cit., pp. 459-465.

²⁰⁶ Ver SAN MARTÍN GARCÍA, J. E., *Psicosociología del ocio...*, ob. cit., pp. 51-62.

Entorno ecológico En este entorno nos referimos no sólo a la influencia que puede tener el turismo en el medio ambiente o en la naturaleza, sino también en el entorno urbano. Sabemos que esta influencia ha cambiado urbes y transformado pueblos en grandes aglomeraciones de alojamientos para el turismo causando graves efectos sobre el ambiente urbano y rural.²⁰⁷ Esta idea de servicio al turismo ha sido ya apartada y sustituida por una estimación más conservadora del medio ambiente y de las costumbres rurales, arquitectónicas y ecológicas que ayudan a embellecer el patrimonio cultural y potenciar la adaptación a la naturaleza, propugnando una planificación turística en este sentido desde la administración política.²⁰⁸

Entorno tecnológico No podemos hablar de turismo sin considerar que ha estado condicionado por el desarrollo tecnológico, que con la evolución de los medios de transporte se potencia exponencialmente esta modalidad de ocio llamada turismo. Y más recientemente la gestión turística ha mejorado con un último desarrollo tecnológico, la informática ha mejorado la gestión turística y posibilitado el incremento de plazas turísticas a precios más asequibles.

1.5.1.- Elementos del Sistema Turístico

1.5.1.I.- El turista

Como hemos visto antes este sistema de relaciones que es el Turismo se produce entre un sujeto que es el turista y un objeto. El turista visita un país o una

²⁰⁷ En nuestro país el impacto del turismo en las zonas de litoral ha sido bastante notorio, sin embargo a partir de los años ochenta los cambios en las motivaciones de la demanda turística y la necesidad de calidad en el producto da lugar a una nueva actitud ante el medioambiente, sobre las modificaciones en el modelo de desarrollo turístico español ver VERA REBOLLO, F., "*Turismo y Medio Ambiente*", 50 años..., ob. cit., pp. 487-539.

región con una finalidad de esparcimiento o distracción²⁰⁹ y en ese desplazamiento mantiene contacto directo o indirecto con una localidad o zona geográfica concreta que constituye otro de los elementos del sistema al igual que las diferentes empresas con las que se relaciona a lo largo de su viaje como el tour operador, la Agencia de viajes, el hotel, el restaurante, etc. Dentro de este sistema de relaciones que mantiene el turista también toman parte la organización turística formada por las instituciones tanto públicas como privadas, asociaciones empresariales y profesionales que juegan un papel importante en el turismo.

La principal característica del turista es su condición de consumidor, esto es de destinatario final de bienes y servicios y como tal se encuentra en una posición de indefensión por lo que necesitará de las normas protectoras de consumidores además de la protección general como ciudadano ante situaciones que lo sitúan en un estado de debilidad ya que se encuentra alejado de su residencia habitual, sometida a costumbres, lugares e idiomas que desconoce.²¹⁰ La figura del turista y su condición de consumidor la veremos de forma más detallada en el capítulo siguiente.

1.5.1.II.- La empresa turística

Constituyendo la empresa el sustrato fáctico del Derecho Mercantil, dada la importancia del turismo como actividad económica, organizada a través de la empresa turística, ésta y sus particularidades están haciendo surgir, en el tráfico

²⁰⁸ El nacimiento del concepto de turismo sostenible es consecuencia de la preocupación por el impacto que produce el turismo en el medio natural, ver VALDÉS PELÁEZ, L., "Turismo, desarrollo...", ob. cit., pp. 19-48.

²⁰⁹ TORRES LANA, J. A., caracteriza al turista por los siguientes datos: cambio de población, duración mínima de 24 horas, exclusión de la motivación laboral, retorno al lugar de residencia habitual, en "La problemática jurídica del turista i el turisme", *Llibre Blanc del Turisme a les Balears*, Palma de Mallorca, 1987, T. II, p. 248.

²¹⁰ Ver ALCOVER GARAU, G., "La protección jurídica del turista como consumidor", *Turismo y defensa del consumidor*, Palma de Mallorca, 1991, pp. 13-30.

mercantil, prácticas contractuales cuya tipicidad social es incuestionable, y su tipicidad legal ya una realidad en algunos casos, como en el contrato de viaje combinado objeto de este estudio. Entre los elementos que forman parte del sistema turístico, el sector empresarial es uno de los más importantes. Las empresas dan forma al producto turístico y lo hacen atractivo para el consumidor, el turista, por lo que tendrán una relación directa con el mismo. La comercialización del producto sigue una serie de fases y según el lugar que ocupe la empresa en la cadena de distribución se pueden clasificar en tres grupos: los proveedores finales, los distribuidores y los organizadores-mediadores.²¹¹ Los proveedores finales son los que facilitan el producto final al cliente, es decir las empresas de alojamiento, de restauración, de transportes y de servicios diversos (esparcimiento, cultura, negocios, etc.). Los distribuidores son aquellos que actúan como extensiones del proveedor final y prestan un servicio de distribución y promoción del producto.²¹² Por último los organizadores-mediadores que son las empresas que se dedican a la producción de viajes combinados y a la mediación entre los proveedores finales y los consumidores, como las Agencias de viajes y los tour operadores.

Destacamos a continuación los grupos modelos de empresas que contribuyen a la gestión, realización y desarrollo del turismo, entre las que citaremos a las empresas de alojamiento, las empresas de restauración, las empresas de transportes y las agencias de viajes y los tour operadores.

•Las empresas de alojamiento. Se ha dicho que el turismo es "camino y posada", ya que no hay turismo sin transporte, no hay turismo sin alojamiento. Por ello la hotelería es una parte fundamental de la infraestructura de los núcleos receptores, la intensidad turística de un lugar se mide por su hotelería. Las corrientes turísticas no pueden asentarse si falta el alojamiento.

²¹¹ Ver VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., p. 39 y 40.

²¹² Como por ejemplo los Sistemas Computarizados de Reservas (SCR), los GDS y las Centrales de Reserva Hotelerías Independientes.

Las empresas de alojamiento se definen como aquellas que ofrecen y facilitan el hospedaje, con o sin otros servicios complementarios a cambio de un precio. Esta definición acoge una gran variedad de establecimientos que vienen definidos por las clasificaciones hoteleras, y su distribución se hace en función de sus propiedades, servicios y demás características concretas.²¹³ Sin embargo no todos los países poseen una clasificación hotelera oficial y los que la tienen no aplican los mismos criterios, lo que hace muy difícil encontrar un sistema de homologación internacional. En el caso de España también nos encontramos con los mismos problemas debido a que la legislación autonómica establece, en algunos casos, una clasificación diferente a la estatal, cuya normativa se aplicará de forma supletoria en el caso de que no exista una norma específica en la Comunidad Autónoma correspondiente, lo cual se realizará de forma excepcional ya que trece Comunidades Autónomas han promulgado normativa sobre el particular. Si bien se pueden dividir los establecimientos de alojamiento en hoteleros y los extrahoteleros.

El art. 2 del RD 1634/1983 de 15 de junio de Ordenación de los establecimientos hoteleros, clasifica los establecimientos hoteleros en dos grupos: el primero está formado por los hoteles y se divide a su vez en hoteles, hoteles-apartamentos y moteles, y el segundo grupo lo forman sólo las pensiones. Esta norma define los hoteles como "aquellos establecimientos que facilitan alojamiento con o sin otros servicios complementarios distintos a los correspondientes a cualquiera de las otras dos modalidades".²¹⁴ Los hoteles se dividen en cinco categorías, para acceder a cualquiera de ellas estos

²¹³ ALBERT PIÑOLE. I., realiza una amplia e interesante clasificación de los alojamientos de acuerdo con su ubicación, sus instalaciones y características, en *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 451-481.

²¹⁴ Cada una de las normas específicas de las Comunidades Autónomas ofrecen una definición peculiar de hotel, así por ejemplo la Ley 12/1999 de 15 de diciembre, del Turismo de Andalucía determina que hoteles son "aquellos establecimientos destinados a la prestación del servicio de alojamiento turístico, con o sin servicios complementarios y que cuando la totalidad o parte independiente de un edificio o conjunto de edificios, disponen de entradas propias y en su caso ascensores y escaleras de uso exclusivo..."

establecimientos deben cumplir una serie de requisitos técnicos mínimos como instalaciones (climatización, agua caliente, teléfono), comunicaciones (escaleras, ascensores), zona de clientes (habitaciones, superficie de las mismas, terrazas, baños, salón comedor), servicios generales (servicios sanitarios, oficio de planta, cajas fuertes), zona de personal (vestuarios, aseos, comedores, dormitorios).²¹⁵

Los hoteles-apartamento son aquellos establecimientos que por su estructura y servicios disponen de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento. Se diferencian de los hoteles en la instalación de un servicio de cocina en la habitación además de los elementos necesarios para la conservación y preparación de los alimentos. Los hoteles-apartamento o aparthoteles también se clasifican en cinco categorías. Por último los moteles son establecimientos situados en las proximidades de las carreteras que facilitan alojamiento en departamentos con garaje y entrada independientes para estancias de corta duración. Los moteles tienen una categoría única. Las pensiones son aquellos establecimientos que no reúnen las condiciones mínimas para ser hoteles. Sin embargo esta clasificación difiere en muchos casos con la existente en las Comunidades Autónomas ya que algunas mantienen figuras ya desaparecidas con la normativa estatal como los hostales o las casas de huéspedes, además de suponer una discriminación entre las empresas por su lugar de establecimiento.²¹⁶

La clasificación de la industria del hospedaje, hoteles y aparthoteles, viene a comprender cinco categorías (cinco estrellas), cada una de las cuales posee sus

²¹⁵ Para BLANQUER CRIADO, D., la finalidad de la clasificación de los establecimientos hoteleros es la protección del turista, que de este modo puede identificar con claridad la categoría de las instalaciones y del servicio que contrata, en *Derecho...*, pp. 375-376. Si bien para comprobar que la calidad de los establecimientos se corresponde con su categoría en España se someten a auditorias de calidad que les otorgan el distintivo acreditativo de la misma.

²¹⁶ Algunas Comunidades Autónomas han destacado la independencia de las instalaciones en la clasificación del establecimiento como alojamiento hotelero, por ejemplo la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares en la Ley General Turística, 2/1999 de 24 de marzo, entiende por hotel "el establecimiento que presta servicios turísticos de alojamiento y comedor con o sin servicios

precios propios los que se suelen corresponder con cuatro tipos económicos de turistas: el turismo de lujo (hoteles de cinco y cuatro estrellas), gran turismo (hoteles de tres estrellas), turismo medio (hoteles de dos estrellas) y turismo popular (hoteles de una estrella y pensiones).²¹⁷ En la clasificación de las categorías de los hoteles sí encontramos una cierta uniformidad en la normativa de las Comunidades Autónomas.

Un hotel puede ocupar una parte de un edificio, pero en categorías de tres estrellas para arriba, lo normal es que constituya un edificio singular, dedicado íntegramente al hotel. En la ciudad el hotel suele adoptar la forma vertical de bloque de pisos, en cuya planta baja a nivel de la calle se sitúan los servicios de recepción y conserjería y, generalmente, los de restaurante, cocinas y administración; los pisos siguientes a la planta baja se dedican a habitaciones de clientes; una planta sótano donde están instalados el almacén, la bodega, lavandería y plancha, maquinaria, etc. Cuando el hotel no posee jardines propios, la piscina, sauna y otros servicios deportivos se sitúan, bien en el sótano, bien en la terraza.²¹⁸

Una de las principales prestaciones de los hoteles y por la que obtienen la mayor parte de los ingresos es el alojamiento de los huéspedes en las habitaciones, esto da lugar al contrato de hospedaje, que veremos con mayor detenimiento en el capítulo próximo. Si bien hay que destacar que este contrato no suele ser formal sino meramente consensual, quedando perfeccionado al introducir el huésped sus efectos personales en el hotel y ser inscrito en el registro de huéspedes. Es una práctica común la reserva que consiste en la adquisición anticipada de los

complementarios que por su estructura no dispone de las instalaciones adecuadas para la elaboración de alimentos dentro de la unidad de alojamiento".

²¹⁷ Ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Teoría y Técnica...* ob. cit., Madrid, 1984, p. 41.

²¹⁸ Los establecimientos hoteleros han ido modificando sus instalaciones y su oferta desde sus comienzos, pasando de proporcionar apenas comida y alojamiento a las mejoras técnicas y estructurales que existen en la actualidad. En relación a esta mejora de las instalaciones hoteleras que se han producido en nuestro país, ver CARBÓ ANTÓN, J. M., "Innovaciones técnicas en alojamientos hoteleros", en *50 años...* ob. cit., pp. 941-974

servicios, que en algunos casos conlleva la obligación de dar un anticipo al hotelero. Esta fórmula no siempre se realiza por los hoteles con el consiguiente riesgo de que el cliente no se presente ante la reserva efectuada. Así mismo, si el hotel acepta más reservas de las que corresponden a su capacidad, se producirá lo que se llama *overbooking* con el consiguiente riesgo para la empresa si le falla la estimación de cancelaciones que tenía prevista.²¹⁹

Los hoteles, para su gestión, pueden tomar distintas formas empresariales. Se puede realizar de forma independiente la gestión del hotel o a través de distintas fórmulas de integración o agrupamiento con otros establecimientos. En el primer caso a pesar de mantener su independencia, los hoteles suelen buscar fórmulas por las que pueden colaborar entre sí para conseguir más beneficios. Para ello han creado centrales de reserva comunes, marcas comerciales e incluso campañas de promoción y ventas. Los hoteles que deseen integrarse en estas asociaciones de hoteles independientes deben cumplir ciertos requisitos, pero a su vez consiguen una serie de ventajas.²²⁰

Por otro lado la agrupación de la industria hotelera formando las llamadas "cadena hoteleras", constituye la segunda forma de gestión empresarial en la que se engloban un número determinado de hoteles con una distribución territorial relativamente amplia. Dependiendo de la estructura empresarial que adopten y de su modo de operar en el mercado turístico podemos encontrar los siguientes tipos: hoteles en propiedad, hoteles en arrendamiento, hoteles en gestión, hoteles en franquicia. Cuando la propiedad de los hoteles pertenece a la cadena el funcionamiento de los mismos se realiza bajo una misma dirección, por ejemplo ofertas en un hotel de mayor demanda natural por contratar otro que tenga menor

²¹⁹ Si bien el art. 17 del Decreto 231/1965 que regula el Estatuto ordenador de empresas y actividades turísticas privadas establece la prohibición de la reserva anticipada de la totalidad de las plazas de alojamiento, debiendo tener siempre a la libre, inmediata y directa disposición de sus clientes un determinado porcentaje de las mismas.

²²⁰ Con la organización de este modo los hoteles consiguen una reducción en los costes de comercialización y de abastecimientos, unos recursos humanos comunes que pueden rotar por los establecimientos, el acceso a un mercado más amplio, etc.

demanda o la contratación centralizada de todos los hoteles. En cuanto a los arrendamientos de hoteles, los contratos se realizan entre la empresa propietaria del inmueble y la cadena hotelera que lo explotará siempre por largos plazos de tiempo.²²¹ En este tipo de gestión, los problemas se plantean principalmente en el mantenimiento del inmueble y sus instalaciones ya que habría que determinar quién se hace cargo de los gastos ocasionados por las mejoras que se realicen en el mismo y que supongan una revalorización del inmueble. Por lo que se refiere a los hoteles en gestión, la propiedad de estos pertenece a una empresa que encargará a otra los servicios de gestión y administración, por lo que se responsabilizará de los resultados obtenidos ante la empresa propietaria. La franquicia de hoteles consiste en una contraprestación de servicios mediante un contrato bilateral en el que las partes son, por un lado, una firma generalmente multinacional (Hilton, Sheraton, Holiday Inn, etc.) que cede el uso de su nombre comercial y da asistencia técnica, y un hotel que desea modernizar su equipo y el funcionamiento interno a cambio de un precio. El franquiciado debe someterse a las directrices marcadas a pesar de que mantenga la propiedad del hotel. Para la multinacional franquiciadora es importante ampliar su oferta con nuevos miembros, lo que le permite controlar una mayor cuota de mercado.

•Las empresas de restauración. El origen de la palabra restaurante y restauración es francés lo cual no es de extrañar debido a la fama de la cocina francesa que originó la extensión de este término a todas las lenguas del mundo.²²² Las empresas de restauración son aquellas que sirven comidas y bebidas para ser

²²¹ En este caso la empresa de alojamiento arrienda todo un negocio hotelero, es decir, no sólo el inmueble sino además su personal, instalaciones, mobiliario, pertenencias, etc., por lo que normalmente se realizará un inventario, BLANQUER CRIADO, D., analiza esta figura contractual en *Derecho...*, ob. cit., pp.381-382.

²²² Una anécdota recogida por FERNÁNDEZ FÚSTER, L., sitúa el origen de la palabra restaurante en 1765 en un letrero que colocó en la puerta de su establecimiento de comidas en París, un señor llamado Boulanger, y que decía "Venez, venez tous, Dont L'estomac crie misère, Venez et je vous restaurerai", en *Teoría y Técnica...*, ob. cit., p. 148.

consumidas dentro o fuera del local, a cambio de un precio.²²³ El servicio de restauración puede prestarse en diferentes establecimientos, así en el comedor de un hotel o en instalaciones diferentes de establecimientos de alojamiento como cafeterías o restaurantes. La clasificación de las empresas de restauración no llega a ser muy variada, ya que la legislación estatal sigue vigente en la mayor parte de las Comunidades Autónomas, sólo Andalucía, Cataluña, Islas Baleares, País Vasco, Navarra y Extremadura han dictado su propia reglamentación. De un modo general se pueden distinguir tres grandes tipos.²²⁴

En primer lugar los restaurantes que son aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que sirven al público comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. Según el art. 15 de la Orden de 17 de marzo de 1965 de ordenación turística de restaurantes estos se clasifican en las categorías de lujo, 1ª, 2ª, 3ª y 4ª cuyos distintivos son respectivamente 5, 4, 3, 2 y 1 tenedores, según la calidad y cantidad de los servicios que prestan. En la categoría de restaurantes están comprendidos también los cafés, bares, salas de fiesta, clubes y similares en los que se sirvan al público bebidas para ser consumidas en el propio local, si bien estos no tienen una clasificación. La organización de un restaurante y su complejidad dependerá de los objetivos económicos que se pretenda, ya que requerirá la misma infraestructura un modesto negocio familiar que un restaurante de tres tenedores que debe tener como mínimo cincuenta personas sentadas confortablemente.²²⁵ Los restaurantes cuidarán especialmente de la calidad y

²²³ Quedan fuera de ese concepto aquellas empresas que prestan servicio de comida y bebida con carácter gratuito o sin ánimo de lucro; las que sirven comidas y bebidas a contingentes particulares siempre que no estén abiertas al público en general; los servicios de restauración en alojamientos hoteleros siempre que su explotación no sea independiente del alojamiento; las empresas que sirven comidas y bebidas a domicilio en lo que a la prestación de este servicio a domicilio hace referencia; las que presten este servicio en medios de transporte público; las empresas que sirvan comidas y bebidas a través de máquinas expendedoras.

²²⁴ A diferencia de la reglamentación estatal la Ley 11/1997 de 12 de diciembre de normas reguladoras del turismo en la región de Murcia clasifica los establecimientos de restauración en restaurantes, cafeterías, café-bares y bares con música.

²²⁵ Ver BAYÓN MARINE, F., *Ordenación de alojamientos y restauración*, vol. II, Madrid, 1992, pp. 39 y ss.

limpieza de sus servicios, de acuerdo con sus respectivas categorías, poniendo especial atención en la preparación de las comidas y bebidas, en la adecuada presentación de cada plato de acuerdo con el rango del establecimiento, el trato amable y cortés a la clientela atendiéndola con rapidez y eficacia, en la limpieza de los locales, mobiliario y menaje, en el perfecto funcionamiento y decoro de los servicios sanitarios y en la correcta presentación del personal incluido el de cocina.

En segundo lugar encontramos las cafeterías que son aquellos establecimientos que además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirven al público platos simples, combinados, confeccionados a la plancha, etc., para consumo rápido generalmente en el mostrador o barra del establecimiento. Se clasifican en tres categorías: especial, 1ª y 2ª, identificadas por tazas y se encuentran reguladas por la Orden de 18 de marzo de 1965. Se diferencian de los restaurantes en que en éstos las comidas son más elaboradas y están preparadas para servir en las mesas.²²⁶ A parte de estos dos tipos de establecimientos de restauración existen otros que no tiene regulación específica como las empresas de comida rápida o las que sirven comidas para ser consumidas fuera del local. Por último hay que hacer una breve referencia al catering el cual consiste en la organización de un conjunto de servicios destinados a alimentar a un grupo de personas. La empresa de catering se obliga a la elaboración de una comida y a la entrega o suministro del producto ya preparado.

•Las empresas de transportes. Este grupo tan amplio de empresas que se dedican al desplazamiento de viajeros, está muy relacionado con el auge del turismo y a él le deben el auge que el turismo ha experimentado en el último siglo, gracias principalmente a las empresas de transporte aéreo y marítimo, sin olvidarnos de citar también las de transporte por carretera y las ferroviarias.

²²⁶ El Decreto 371/1994 de 4 de noviembre de Cataluña, no establece las categorías clásicas de la reglamentación estatal y en consecuencia los signos distintivos de cada uno de ellas.

El transporte aéreo ha sido un factor fundamental, como ya hemos visto, en el desarrollo del turismo mundial convirtiéndose en un medio de transporte insustituible en la actividad turística. En los últimos cincuenta años este medio de transporte ha evolucionado de un modo espectacular aumentando su velocidad, la seguridad y comodidad de las aeronaves, además de haber tenido una reducción en sus precios y un aumento de las rutas existentes. Las empresas de transporte aéreo poseen estructuras empresariales muy complejas que determinan su dimensión en el mercado actual. Suelen contar con divisiones de servicios de tierra, vuelo, mantenimiento, catering, seguridad, etc.²²⁷

Las empresas de transporte aéreo se encuentran reguladas por la Ley de Navegación Aérea de 21 de julio de 1960 que distingue dos figuras, por una parte el operador o explotador aéreo que es la persona por cuya cuenta y riesgo vuela la aeronave; por otra parte la empresa aeronáutica que es la persona física o jurídica que se dedica habitualmente a la explotación habitual de aeronaves. Para ejercer la actividad de transportar regularmente mediante avión personas, es decir con arreglo a unas tarifas, itinerarios y horarios fijos, se necesita una concesión administrativa; en estos casos la empresa realiza el vuelo independientemente del número de personas que hayan adquirido el billete. Con el fin de conseguir una mejor explotación de cada vuelo las compañías utilizan la diferenciación de las tarifas a bordo. Hasta hace pocos años las principales compañías aéreas regulares han sido de propiedad estatal pero esto ha ido desapareciendo con la privatización de muchas de esas compañías estatales.²²⁸

Las compañías que se dedican a un transporte discrecional de viajeros tan sólo necesitan una autorización administrativa. Estas se conocen comúnmente como charter y están sometidas al contrato de flete, esto es no están sometidas a

²²⁷ Ver en este sentido ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 550-551.

²²⁸ Este proceso de liberalización se inició en 1987, se compone de varias fases y las últimas medidas adoptadas permiten la concesión de derechos de vuelo y establecimiento de cualquier compañía en cualquier Estado miembro de la Comunidad, lo que ha supuesto un abaratamiento de los precios como consecuencia de la competencia entre compañías.

horarios ni itinerarios regulares prefijados porque se establecen en el momento de su contratación por particulares o Agencias de viajes. Este tipo de compañías se suelen dedicar a los viajes combinados,²²⁹ la mayoría se especializa en el segmento vacacional, mientras que el mercado de los viajes de negocios está dominado por las líneas regulares. A pesar de esto las líneas regulares se han ido abriendo cada vez más al mercado vacacional a través de la diferenciación de clases y servicios a bordo y en tierra y sobre todo a través de tarifas más bajas con las que llegan a competir con las compañías charter. Además la liberalización del transporte aéreo ha hecho que desaparezca la diferenciación entre estas empresas en función de los servicios que prestan, las compañías aéreas que cumplen las condiciones pueden obtener los permisos necesarios para operar como línea regular y simultáneamente como charter, o volar por ámbitos nacionales e internacionales.²³⁰

El futuro de las compañías aéreas se debe fijar principalmente en una reducción de costes ya que estas empresas se encuentran sometidas a altos precios como los del combustible, los sistemas de control del tráfico aéreo, los servicios de asistencia en tierra, etc. Además se producirán alianzas entre compañías aéreas, como ya está ocurriendo, para de este modo poder hacer frente a la competencia exterior. Pero todo esto debería llevar consigo también una mejora de las infraestructuras aeroportuarias y del sistema informatizado de reservas debido al número cada vez mayor de viajeros.

Bajo el concepto de transporte terrestre veremos, de forma breve, en primer lugar el transporte por carretera y en segundo lugar el ferrocarril.

²²⁹ La mayoría de las compañías de vuelos charter pertenecen a los tour operadores que de este modo completan la integración integral de la cadena con las diversas empresas turísticas que utilizan sus viajes, como por ejemplo Air Europa, Volare, Sobelair, etc. Ver DE LA TORRE DE LA PLAZA, L. F., "Transporte aéreo", en *50 años...*, ob. cit., p.996.

²³⁰ En 1997 se estableció el tercer paquete de medidas de la legislación comunitaria para la liberalización del transporte aéreo en la Unión Europea facilitando a cualquier transportista de la Unión Europea el ejercicio de los derechos de tráfico en cualquier ruta intracomunitaria incluyendo las domésticas.

La invención del automóvil, que se produjo en 1886, originó una asombrosa aventura que terminó por darle un papel destacado en la historia de la civilización. Este medio de locomoción que logró transformar los penosos viajes, acortar distancias y popularizar el turismo se ha usado como medio de desplazamiento en el mundo del turismo en dos modalidades fundamentales, como automóvil propio, también llamado *turismo* y como automóvil colectivo llamado *autocar*. El primero de ellos ha sido el más utilizado por las corrientes turísticas para el traslado vacacional por razones de comodidad de desplazamiento e independencia en el viaje.²³¹

Descartando, por razones evidentes, al automóvil propio, de nuestra consideración como empresa turística, hemos de tratar los aspectos organizativos del otro medio de transporte de este sector, el autocar. Su evolución que ha estado condicionada por la tecnología automovilística ha tenido un serio competidor en el ferrocarril y ha sabido superar esta competencia al ofertar más movilidad y maniobrabilidad que ese otro medio de transporte.²³² Se ha superado la fase inicial en la que se ofertaban servicios regulares de distancias medias o largas, gestionados por autocares poco confortables, para pasar a la oferta de autocar de gran turismo, confortable y espacioso, destinado servicios discrecionales de larga distancia.

Surge así la empresa de transporte por carretera, generalmente privada, que pretende la explotación de líneas de carácter regular, es decir que están sometidas a unos horarios e itinerarios fijos, y de servicios discrecionales cuyo recorrido está

²³¹ La creación de los clubes de automóviles en el siglo XIX tenía como una de sus finalidades el desarrollo del autoturismo, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 182-188.

²³² La idea inicial de la ordenación de los transportes se basaba en la consideración del de carretera como complementario del transporte ferroviario así se establecía en la normativa española, ver en este sentido el análisis realizado por ARANGUREN CASTRO, J., BAYÓN MARINÉ, F., CHACÓN GUTIERREZ, L. y GARCÍA PALOMERO, I., "Transporte terrestre", en *50 años...*, ob. cit., pp. 1043-1057.

en función de las necesidades del viajero o de la empresa contratante, generalmente agencias de viaje.²³³

La regulación de estos viajes varía de un país a otro y en España están regulados por la *Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres 16/87 de 30 de julio*. En esta Ley se estructuran los transportes por carretera en las siguientes modalidades:

- a. Regulares, cuya característica fundamental ya enunciada antes es el establecimiento de un itinerario y tiempo fijo, aunque pueden ser de dos tipos, permanente y temporales. Los primeros atienden necesidades de desplazamiento estable y los segundos se establecen según las necesidades coyunturales de cada momento, como vacaciones, ferias, etc.
- b. Discrecionales, cuya característica es la de no estar sujetos a un calendario, horario o itinerario fijos y en la ley se establece como norma general que estos servicios se deberán realizar mediante la contratación global por el transportista de la capacidad total del vehículo.
- c. Turísticos, que son aquellos transportes que tienen como misión fundamental la prestación del servicio de transporte a través de las agencias de viaje, conjuntamente con otros servicios complementarios, como alojamiento, visita turística, etc.²³⁴ Este tipo de servicio, que se suele ofertar como “paquete turístico”, es el más relacionado con el sector turístico según la visión actual.

²³³ Las agencias de viajes suelen contratar autocares a una empresa de transportes del propio país o del extranjero, en muchos países, como es el caso del nuestro, existen contratos estandarizados que recogen el objeto y las condiciones generales del mismo, estos contratos tipo han surgido del acuerdo entre la asociación IRU (Unión Internacional de Transportes por Carretera) y la FUAHV (Federación Internacional de Asociaciones de Viajes), ver VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 470-472.

²³⁴ La Ley 16/87 lo define como “*Aquel transporte que con carácter periódico o no, se presta a través de las agencias de viajes conjuntamente con otros servicios complementarios- alojamiento, manutención, visitas turísticas, etc.*”

Pero este medio de locomoción necesita de unas infraestructuras que garanticen la perfecta prestación turística,²³⁵ entre las que hemos de reseñar las que permitan la seguridad del transporte en sí mismo; la comodidad en los desplazamientos y la armonización de éstas dos anteriores con el tiempo de recorrido y el costo del viaje. Por ello en cada país se han de dictar normas adecuadas que regulen el tráfico, se han de gestionar los recursos viales (autovías, autopistas, carreteras, etc.) a fin de facilitar el desplazamiento turístico, acondicionando áreas de estacionamiento, garantizando la seguridad y posibilitando zonas para la carga y descarga de pasajeros en la proximidad de las zonas de interés turístico.²³⁶

Además de estas necesidades antes descritas, el sector del transporte por autocar necesita de un agrupamiento global que unifique los criterios de selección y equipamiento. Existe la Unión Internacional de Transporte por Carretera (IRU, International Road-Union) que trata de agrupar a las diferentes asociaciones empresariales de los cincuenta países asociados y mantiene relaciones con diferentes organizaciones dedicadas al mundo del turismo como la IATA, la OMT o la FUAHV. De estas asociaciones surgen normas que tienden a regular en un futuro el mercado turístico y así por ejemplo en el sector del transporte se ha extendido la clasificación de los autocares según unas características técnicas o de equipamiento, equiparables a la clasificación hotelera, clasificación que surgió de la IRU, estableciendo cuatro categorías de autocares turísticos, identificables por estrellas, según los aspectos técnicos o de equipamiento de los mismos.²³⁷

²³⁵ En el caso de nuestro país el primer plan general de expansión de la red de carreteras se concibió con el objetivo concreto de fomentar el turismo tal como quedó recogido en el preámbulo del Real Decreto-ley de 9 de febrero de 1926, ver PELLEJERO MARTÍNEZ, C., "Antecedentes ..., ob. cit., p. 62.

²³⁶ En los núcleos turísticos de reciente creación la infraestructura general sirve de base en los primeros tiempos de recepción turística, si bien con el tiempo es necesario que se amplíen y mejoren con nuevas carreteras por ejemplo que permitan el incremento en la llegada de turistas, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Teoría y Técnica...*, ob. cit., pp. 601-607.

²³⁷ Estas características facilitan la contratación de los servicios de las empresas de transporte por las Agencias de Viajes, sobre todo si estos servicios se requieren en países extranjeros donde ya

El transporte por ferrocarril, considerado como aplicación de la máquina de vapor después de diez años de experimentación de ésta, surge al crearse la locomotora, ligada desde sus comienzos al sector turístico.²³⁸ La infraestructura de este medio de locomoción, mucho más compleja que la del transporte por carretera, precisó desde sus inicios la implicación del Estado y la creación de empresas públicas que lo gestionasen.²³⁹

El ferrocarril necesita de una red viaria que posibilite el desplazamiento, de unas terminales o estaciones en las que prestar determinados servicios al viajero y de una flota de convoyes de trenes que permitan ofertar una variabilidad adecuada de viajes según las demandas del momento. Estas necesidades se encuentran reguladas en España por la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres 16/1987 de 30 de julio y el Real Decreto 1211/90 de 28 de septiembre, que establecen los criterios para un adecuado tráfico y gestión de este medio de transporte. Además de estas normas, se ha de tener en cuenta la Directiva 91/440 de la Comunidad Europea.²⁴⁰ Con esta Directiva se pretende separar la gestión de la infraestructura ferroviaria de su utilización como transporte. Esta novedad implicaría una modificación de los actuales sistemas de gestión, tendiendo al agrupamiento de diferentes empresas nacionales del transporte por tren, lo que

exista una normativa uniforme, los criterios de clasificación de los autocares los recoge ALBERT PIÑOLE, I., en *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 685-687.

238 Como ya sabemos Thomas Cook en 1841 utiliza por primera vez el tren para organizar un viaje todo incluido, constituyendo esto el primer viaje turístico de la historia, ver PUDNEY, J., *The Thomas Cook story*, Stuttgart, 1953, pp. 35-81.

239 Surgen así las grandes empresas ferroviarias de los diferentes países, como la SNCF francesa, la DB alemana, la BR del Reino Unido o la CCFP portuguesa, la RENFE española; esta última nace como consecuencia de la destrucción de la infraestructura y material móvil que sufrió la red ferroviaria tras la guerra civil española, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit. pp. 428-431. También sobre la evolución del transporte ferroviario español ver COMÍN, F., MARTÍN ACEÑA, P., MUÑOZ RUBIO, M. y VIDAL OLIVARES, J., *150 años de historia de los ferrocarriles españoles*, Madrid, 1998.

240 La regulación del sistema ferroviario europeo se basa en los siguientes fundamentos singulares: separación entre la gestión de la infraestructura y los servicios de explotación del transporte; posibilidad de utilización de las infraestructuras ferroviarias por asociaciones internacionales de empresas ferroviarias y autonomía de gestión de la empresas ferroviarias.

conllevaría una modernización en los países de la Comunidad y la unificación de criterios.

En cuanto a la consideración desde el punto de vista turístico, hemos de ver el recorrido que este medio de transporte ha sufrido desde sus albores. El ferrocarril ha evolucionado pasando de una primitiva máquina de tracción a vapor a la utilización posterior de la electricidad como medio energético, desde unas primitivas líneas ferroviarias a las modernas líneas de alta velocidad que conectan puntos alejados en pocas horas, descartando uno de los inconvenientes primitivos del ferrocarril, su lenta velocidad²⁴¹. Pero esto no ha servido por sí mismo para mantener el valor turístico inicial que tuvo este medio de transporte, al tener que competir con otros como el automóvil o el avión. Sin embargo se ha intentado mantener este carácter con la oferta de algunos programas o paquetes turísticos algo nostálgicos. Nos referimos a los trenes turísticos en forma de circuito en los que el ferrocarril recorre lugares de interés turístico llevando comprendido en el viaje todos los servicios incluidos, tanto el alojamiento en el mismo tren como la manutención o la visita a monumentos, museos, etc.²⁴²

Otro medio de desplazamiento que compite en antigüedad con el terrestre es el marítimo y fluvial. Éste ha sido utilizado durante siglos como medio de transporte para fines políticos, comerciales y estratégicos, ha usado diferentes formas energéticas a lo largo de la historia, logrando comunicar países, continentes y hacer navegables vías acuáticas naturales a fin de ampliar el tráfico comercial de

²⁴¹ La red de alta velocidad europea pretende unir las capitales de los países de éste continente, ver ALBERT PIÑOLÉ, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., p. 643.

²⁴² Con estas características encontramos trenes como Orient Express, que evoca el tren del mismo nombre de la Bell Epoque, que unía Londres con Estambul y que en la actualidad va de Londres a Venecia; Al Andalus, que, inspirado en el Orient Express, recorre Andalucía y es el más lujoso de los trenes españoles; Palace on Wheels tren a vapor que recorre la antigua India imperial hasta la frontera con Pakistán con coches de la época del rey Eduardo de Inglaterra. Ver la oferta de trenes turísticos que enumera ALBERT PIÑOLÉ, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 651-658.

zonas continentales interiores y facilitar el acceso de éstas al comercio internacional, como ocurrió con amplias zonas centro europeas.²⁴³

Al igual que sucede con otros medios de transporte, es también la máquina de vapor la que logró impulsarlo, dándole un apogeo en la época de los grandes imperios coloniales del siglo XIX, pero es en el siglo XX cuando se utiliza principalmente como medio de transporte turístico con la creación de los grandes transatlánticos,²⁴⁴ único medio en las seis primeras décadas de ese siglo de cruzar los océanos. Con el desarrollo de la aviación comercial se produce un sensible descenso de este transporte al no poder competir principalmente con la rapidez ésta en los desplazamientos.

Como ya hemos dicho, este medio de transporte es generalmente lento y de costes de explotación elevados por la infraestructura que debe acompañar al mismo. Además presenta la limitación geográfica propia de las zonas bañadas por mares ríos o lagos que dispongan de puertos o embarcaderos acondicionados a la navegación. Estos puertos²⁴⁵ ofrecen una infraestructura adecuada para llevar a cabo operaciones de tráfico de pasajeros y mercancías, estando establecidos en lugares generalmente al abrigo de las inclemencias climatológicas.

El objeto turístico de estos medios de transporte se concreta en diversas modalidades según las necesidades de cada sector y que podemos clasificar en las siguientes: cruceros marítimos o fluviales, transbordadores y buques rápidos. El primero de estos grupos, el de los cruceros, surgió tras la Segunda Guerra Mundial, al introducirse la aviación como medio de transporte de distancias largas

²⁴³ El Rin se convirtió al final del periodo de entreguerras en la principal arteria comercial de Europa, por el cual navegaban barcos principalmente holandeses, alemanes y belgas.

²⁴⁴ Fue en los años previos a la Segunda Guerra Mundial cuando se construyeron los primeros transatlánticos como el *Queen Mary* o el *Queen Elisabeth*, ver FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general...*, ob. cit., pp. 242-244.

²⁴⁵ En estas zonas se encuentran las compañías marítimas, empresas mercantiles que prestan un servicio marítimo tanto de pasajeros como de cargo, regentadas por consignatarios o agentes que representan a la empresa y llevan a cabo la reserva y venta de plazas y servicios.

y desplazando de este mercado a los grandes buques transoceánicos,²⁴⁶ lo que influyó en la transformación de estos buques y de la industria naviera para atender una modalidad turística emergente.

Los cruceros no tienen como objetivo principal el transporte de viajeros, sino el servicio que se presta a bordo durante el mismo, concibiendo el buque como un hotel flotante que navega y sus servicios en las cubiertas están orientadas al descanso y disfrute de los pasajeros que están de vacaciones, permitiendo además la visita a lugares diversos sin tener que realizar incómodos trasbordos en diferentes medios de locomoción. En esta modalidad turística el precio del billete o pasaje comprende todos los servicios de manutención a bordo, alojamiento, disfrute y acceso a todas las instalaciones de ocio del barco.²⁴⁷ Los itinerarios de cruceros se basan en viajar de noche para llegar a los puertos en la mañana, fondear o atracar y permanecer en ellos durante el día, permitiendo con ello visitar y realizar actividades turísticas en tierra.

Los cruceros operan en distintas regiones del mundo, siendo cuatro las zonas más requeridas por el turismo: Mediterráneo, mar que posee amplias características como el clima, ofertas culturales e históricas, ofertas de servicios, etc., apropiadas para realizar este turismo; Escandinavia, que oferta principalmente en verano la visión de sus accidentados y espectaculares costas y ciudades; Caribe, donde el clima permite, prácticamente todo el año, la visita a los

²⁴⁶ Los lujosos transatlánticos *France* y *Queen Elisabeth* sufren una reconversión al nuevo sector, siendo el primero de ellos adquirido por la compañía noruega “Norwegian Cruise Lines” que lo remodeló y cambió de nombre por *Norway*, destinándolo al servicio de cruceros entre Miami y el Caribe. Ver las características de estos grandes barcos ALBERT PIÑOLÉ, I., *Gestión...*, ob. cit., pp. 742-747.

²⁴⁷ A diferencia del contrato de pasaje cuya principal prestación es la realización del desplazamiento o transporte siendo accesorias las prestaciones de alojamiento o manutención, en el crucero turístico todas las prestaciones tienen el mismo peso específico ya que como veremos más adelante en el contrato de viaje combinado el elemento del transporte no es esencial, art. 2 LVC.

paisajes tropicales y el disfrute de las aguas cristalinas; Pacífico, que permite disfrutar de los paradisíacos lugares polinesios.²⁴⁸

El segundo de los sectores formados por los transbordadores tiene como fin el desplazamiento de viajeros entre puertos relativamente cercanos, permitiendo desplazar automóviles de diferentes tamaños entre estos puertos y facilitando el tráfico rodado entre ambos, siendo a duración del viaje variable en función de la distancia. En Europa las zonas donde hay mayor servicio regular de este tipo son: en el Canal de la Mancha, uniendo Inglaterra con el continente; entre los diferentes países del mar Báltico; en el Estrecho de Gibraltar y zona norte de Marruecos; entre los archipiélagos españoles y la península Ibérica; en Italia, Grecia e islas del Egeo. En cada uno de estos lugares la función principal del servicio que se presta es la de transportar al viajero, pero difiere de unas a otras compañías navieras la modalidad y calidad del servicio que se presta.²⁴⁹

La última de las modalidades de transporte acuático es la de los buques rápidos, cuya finalidad básicamente es competir con el avión en rapidez en distancias cortas. Existen diferentes tipos en este sector como los Hovercraft que flotan sobre un colchón de aire, los Jetfoil dotados de unos esquís sobre los que se deslizan sin perder prácticamente el contacto con el agua, los Catamaranes que con sus dos quillas intentan minimizar el efecto de las olas en la embarcación.²⁵⁰ Estas embarcaciones compiten básicamente con los transbordadores en velocidad aunque no en capacidad.

²⁴⁸ Las perspectivas del mercado europeo de cruceros turísticos es muy favorable ya que el mercado caribeño ha tocado techo, el crecimiento de la actividad en la zona caribeña ha sido desde principios de los ochenta de un 3,9 por 100 mientras que el crecimiento del mercado europeo a partir de 1990 fue del 11,9 por 100.

²⁴⁹ Las compañías "Viking Line" y "Silja Line", que operan entre Estocolmo y Helsinki, prestan servicios en buques de alto lujo y grandes comodidades como discotecas, casino, tiendas libres de impuestos, etc, lo que les permite obtener mayores ingresos que los conseguidos únicamente por el importe del viaje.

²⁵⁰ Para ver las características peculiares de estos medios de transporte en ALBERT PIÑOLÉ, I., *Gestión...*, ob. cit., pp. 749-754.

•Las agencias de viaje y los tour operadores. Este sector, que podemos considerar como canales de distribución y comercialización de prestaciones turísticas, se configuran como una estructura a través de la cual se pone a disposición de una clientela final una serie de productos para su compra.²⁵¹

Por agencia de viajes²⁵² se entiende aquellas empresas de servicios que se dedican a facilitar y promover la realización de viajes. Surgen como pequeñas empresas que diseñan y organizan los servicios que se precisan en cada viaje y como estimuladoras de la inquietud o necesidad viajera. Su presencia las convierte en fuente de información sobre tendencias y necesidades del mercado que se aprovecha para la expansión de las diferentes facetas del turismo, convirtiéndolas en elementos esenciales en la actividad turística.

Por lo que vemos las agencias de viajes constituyen un elemento fundamental para la comercialización de los destinos y de los diferentes servicios turísticos prestados por compañías de transportes, recreación, etc., bien sea ofertándolos de forma aislada como servicios sueltos o mediante la combinación de los mismos y la creación de los viajes combinados y productos turísticos. Ocupan pues una posición intermedia entre los viajeros, los transportistas y los destinos.²⁵³ Su actividad no es imprescindible ya que el consumidor puede dirigirse directamente tanto a los destinos como a los proveedores, pero los

²⁵¹ Desde un punto de vista económico existe un sector doctrinal que en un principio no incluía a las agencias de viajes dentro de la oferta turística básica sino como complementaria, estos autores estudian el turismo en los países de acogida, mientras otro sector doctrinal atribuye a las agencias un papel destacado en la oferta turística, en esta postura encontramos aquellos autores que estudian el turismo en el lugar de residencia habitual de los turistas, ver MUÑOZ ESCALONA, F., "Tour operadores y producción de turismo" *Revista de Estudios Turísticos*, nº108, 1990, pp. 96-104.

²⁵² El Real Decreto 271/1988 de 25 de marzo, regula el ejercicio de la actividad de las Agencias de Viajes y en su artículo 1.1 las define así "*Tienen la consideración de Agencias de Viajes las Empresas constituidas en forma de Sociedad Mercantil, Anónima o Limitada, que, en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusiva al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos*".

²⁵³ Para ALBERT PIÑOLE, la función social de las agencias de viajes consiste en satisfacer las necesidades relacionadas con los viajes del mercado turístico, en *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 25-26.

problemas que encuentra para informarse, elegir y reservar entre las distintas alternativas de viaje le empuja a acudir a las agencias de viajes con lo cual refuerza la utilidad de éstas.

La complejidad en la organización de los viajes origina diferentes tipos de agencias, de las que destacamos: las mayoristas u organizadoras y las minoristas o distribuidoras.²⁵⁴ Generalmente la agencia de viajes minorista nace como pequeña empresa familiar que proporciona autoempleo a alguno de sus miembros. Esta reducida dimensión empresarial predomina actualmente en la mayoría de los países, aunque ha de enfrentarse a las nuevas tendencias del mercado como son los oligopolios formados por grandes alianzas y concentraciones internacionales.²⁵⁵ También se ha producido una globalización de los mercados; el mercado turístico siempre ha sido internacional pero ahora hay que rentabilizar ofertas en todo el mundo y responder a demandas en todo el mundo, esto nos hace ver el mundo mucho más pequeño, accesible y barato con la continua publicidad, con ofertas al Caribe, Asia, África u Oceanía. A todo esto se une una diversificación mayor en los gustos de los consumidores,²⁵⁶ la difusión en las tecnologías de la información y telecomunicación; la competencia de los proveedores turísticos; la crisis de rentabilidad por la competencia a través de precios bajos y el descenso de las

²⁵⁴ Además las agencias siempre han actuado como empresas internacionales ya que la esencia de su actividad reside en "vender el mundo", al que consideran un gran destino turístico, las relaciones con clientes y gestores internacionales son algo habitual en su gestión diaria.

²⁵⁵ Como por ejemplo la entrada en el sector de viajes de destacadas entidades bancarias y grandes superficies como posibles puntos de venta lo que puede dar lugar en un futuro no muy lejano a una desaparición de las pequeñas agencias de viajes y sólo subsistirán aquellas que se especialicen, que coexistirán con las grandes superficies de la oferta turística las cuales agruparán a tour operadores, agencias de viajes, compañías aéreas, cadenas hoteleras y terminales interactivos, ver FALKENSTEIN, H., "Nuevos medios y tecnologías de distribución en el sector turístico. ¿Amenazas u oportunidades para las agencias de viajes minoristas?" *Revista de Estudios Turísticos*, nº 134, 1997, pp. 24-26.

²⁵⁶ Se podrían diferenciar cuatro fases en las tendencias del consumo turístico: la primera entre los años cincuenta y sesenta con un consumo artesanal unido a la mera satisfacción de las necesidades; a partir de 1975 cuando surge el turismo de sol y playa se dirige hacia un consumo masivo, en los años ochenta el turismo se realiza a imitación de los modos de vida juveniles y por último en los años noventa las tendencias se dirigen al rechazo del turismo mercancía y hacia el consumo denuncia, ver RUBIO GIL, A., "Producto turístico: marco conceptual y nuevos patrones de consumo", *Estudios sobre Consumo*, nº 37, 1996, pp. 56-57.

comisiones y unos rigurosos requisitos legales, en especial en los países de la UE, para la defensa del turista en calidad de consumidor.

La misión de las agencias de viajes consiste en satisfacer las necesidades relacionadas con los viajes del mercado turístico, su posición intermedia entre consumidores de viajes a un lado y destinos y proveedores a otro permite ofrecer interesantes servicios a ambos y para cumplir esta misión las agencias cuentan con una adecuada estructura administrativa, técnica, comercial y financiera que les permita desarrollar las funciones mediadora, asesora y productora²⁵⁷ que llevan a cabo.

La función asesora es una función esencial en el mercado actual que se revaloriza con la incorporación doméstica de la informática ya que al mismo tiempo que el viajero tiene acceso directo a más información turística, se incrementa la necesidad de un profesional experto que filtre y seleccione esta abundante información.²⁵⁸ El agente de viajes ofrece consejo profesional y personalizado al viajero para ayudarlo a decidir con rigor entre toda la amplia gama de alternativas. Como consecuencia de esto surge también la función gestora de cuentas de viajes, que consiste en planificar y gestionar la cuenta de viajes de clientes habituales,²⁵⁹ tanto individuales como de empresas, ya que los viajes constituyen hoy día una actividad periódica para muchas familias y una partida de

²⁵⁷ Para FERNÁNDEZ FÚSTER las agencias de viajes desarrollan sólo una función de intermediación y de producción ya que probablemente la primera englobaría también la función asesora que realiza al poner en contacto al cliente con las empresas turísticas y con el punto de destino, en *Teoría y Técnica...*, ob. cit., pp. 197-199.

²⁵⁸ Además los clientes utilizarán la oferta que se realiza a través de la red para compararla con la existente en las agencias de viajes físicas, por lo tanto éstas deben controlar la información que aparece en la red ya que es otro de los elementos de poder a tener en cuenta para la distribución de los productos turísticos, junto con el precio o la ubicación, ver PARRA LÓPEZ, E., "El poder de las agencias de viajes en la distribución del producto turístico", *Turismo II Congreso Universidad y Empresa 1999*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 188-189.

²⁵⁹ Para ello BIGNÉ ALCANIZ propone un marketing encaminado no sólo a vender sino a convertir al cliente habitual en un cliente fiel y duradero como sería el caso de los programas de fidelización de las compañías aéreas y las cadenas hoteleras, en "La calidad de servicio de las agencias de viajes", en *Turismo I Congreso Universidad y Empresa 1999*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, pp. 563-564.

gastos importantes para muchas empresas, por lo que la habitual vinculación con una agencia de viajes asegura un mejor presupuesto.

La función mediadora consiste en gestionar e intermediar en la reserva, distribución y venta de servicios y productos turísticos.²⁶⁰ Esta suele ser ejercida por las agencias minoristas y materializa en la oferta, reserva, alquiler o venta al viajero de una serie de servicios y productos, como son los servicios sueltos (billetes en todos los medios de transporte), la venta de viajes combinados, servicios subsidiarios (venta de cheques de viajes), representación de otras agencias de viajes nacionales o extranjeras. La remuneración por esta intermediación se realiza en forma de comisiones que los proveedores y las agencias de viajes mayoristas otorgan a las mediadoras o minoristas, deduciendo las mismas del precio de venta al público y por tanto sin encarecer al consumidor el precio final.

Por otro lado la función productora consiste en diseñar, organizar y comercializar viajes y productos turísticos originados por la combinación de diferentes servicios y ofertados por un precio global preestablecido.²⁶¹ Como ya hemos visto, estos viajes reciben actualmente en la Unión Europea la denominación de viajes combinados, la jerga técnica de las agencias de viajes los

²⁶⁰ Además han surgido en la práctica mercantil nuevas empresas de mediación entre las empresas turísticas como los Air Brokers cuya función consiste en poner en contacto a los Tour Operadores con las compañías aéreas charter, los Tour Brokers que actúan como intermediarios entre los Tour Operadores y los proveedores de servicios turísticos, los Sistemas Globales de Distribución que son herramientas informáticas a través de las cuales es posible reservar cualquier servicio turístico adherido al sistema, las Centrales de Reservas de Hoteles que en algunos casos reservan habitaciones para hoteles diversos que no pertenecen a la misma cadena, y por último las empresas de intercambios en régimen de timesharing o de intercambio de segundas residencias, la problemática se plantea por el intrusismo profesional de alguna de éstas empresas en la actividad desarrollada por las agencias de viajes, ver HERNÁNDEZ ARMAND, L., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., „La naturaleza, actividad y clasificación de las agencias de viajes", *Cuadernos de Turismo*, nº 1, 1998, pp. 76-77, y VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 371-372.

²⁶¹ Para realizar esta función productora la agencia debe investigar permanentemente el mercado para conocer las tendencias de la demanda y las ofertas de la competencia, además de tener una gran creatividad para diseñar nuevos productos, así como preocuparse por la calidad de éstos y llevar una adecuada gestión de costes para alcanzar la rentabilidad necesaria de la empresa.

denomina también paquetes cuando son programados a la oferta y forfaits o viajes a la demanda cuando son organizados a la medida de cada cliente. Esta función predomina en los tour operadores y agencias de viajes mayoristas, aunque las minoristas también la ejercen en menor escala.

El art. 3 del RD 271/1988 de 25 de marzo que regula el ejercicio de las actividades de las agencias de viajes, clasifica estas empresas en tres grandes grupos: mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas.

Las agencias mayoristas son denominadas según la técnica turística tour operadores, anglicismo que se aplica a aquellas agencias que forman grandes grupos empresariales, originados por integraciones horizontales con otras agencias de viajes, o verticales con compañías aéreas, cadenas hoteleras, compañías de autocares, etc.; además utilizan transportistas y alojamientos de su propiedad en sus viajes y productos y se benefician de las sinergias de su grupo empresarial en costes y comercialización. Suelen crear diferentes marcas para sus variados programas de viajes²⁶² y mueven altas cifras de clientes y de ventas.

El nacimiento de los tour operadores está vinculado al nacimiento de las compañías de vuelos charter en Europa, un fenómeno propio de fines de la segunda guerra mundial, ya que estas compañías se constituyeron inicialmente con aviones y pilotos que quedaron sin trabajo al terminar la guerra. Los tour operadores contratan estos transportistas para reducir precios y competir con las líneas aéreas regulares que volaban entonces con tarifas muy elevadas. La fusión con las compañías de vuelos charter y con cadenas hoteleras aporta a los tour operadores los elementos esenciales de los paquetes turísticos y les permite

²⁶² Así por ejemplo entre las principales marcas mayorista utilizadas por las agencias de viajes españolas podemos destacar Travelplan de Alcón Viajes, Tourmundial de Viajes el Corte Inglés, Horizontes de Viajes Marsans, Proa al sol de Iberail, Ambassador tours de Ultramar Express, Tiempo Libre posee Mundicolor, Club Tiempo Libre, Hotel Color y Mundos Soñados, ver ALBERT PIÑOLE, I., BAYÓN MARINÉ, F. y CERRA CULEBRAS, J., "Agencias de viajes" en *50 años...*, ob. cit., p. 824.

controlar la cadena de servicios del viaje.²⁶³ Al reunir grandes grupos de turistas consiguen bajos precios que se adaptan al mercado emergente europeo compuesto por una incipiente clase media, que por primera vez en la historia cuenta con cierta capacidad económica para viajar.

Las agencias de viajes mayoristas contratan servicios en grandes cantidades y los revenden plaza a plaza a través de las agencias de viajes minoristas. En la práctica los términos agencias de viajes mayoristas y tour operador difieren solamente en la dimensión empresarial.²⁶⁴ En España éstas agencias de viajes venden sus productos exclusivamente a través de las agencias de viajes minoristas, las cuáles son sus principales clientes. Las mayoristas, ejercen una función asesora de las minoristas cuando éstas realizan consultas a favor del consumidor final.

Las agencias de viajes mayoristas se caracterizan por contratar servicios turísticos en grandes cantidades y negociar tarifas reducidas con los proveedores para abaratar los precios de venta al público, de los servicios que ofertan. Los tour operadores utilizan preferentemente los hoteles y transportes de su propiedad y con ello se aseguran también las plazas que ofertan. Su negocio está fundamentado en el alto número de viajeros que trasladan, pero la rentabilidad por plaza puede ser bastante baja, según la coyuntura del mercado.²⁶⁵ Estas empresas trabajan

²⁶³ El país en el que nacen los tour operadores es Gran Bretaña, debido quizás a su tradición viajera y a su situación insular, algunos tan importantes como Thompson, Cosmos y Horizon; si bien Alemania a pesar de incorporarse más tarde a este sector lo hace con gran fuerza surgiendo operadores destacados como Neckerman und Reisen, Hetzel, el consorcio TUI, etc., ver GONZÁLEZ SORIA, J., "Tour operadores", en *50 años...*, ob. cit., pp. 846-847.

²⁶⁴ Sin embargo MUÑOZ de ESCALONA mantiene que agencias de viajes y tour operadores son dos figuras totalmente distintas, ya que para este autor las agencias de viajes, ya sean mayoristas o minoristas no pertenecen al sector turístico sino a un sector paraturístico, en "Tour operadores...", ob. cit. P. 111. En todo caso los tour operadores para producir y ofertar a las agencias de viajes paquetes turísticos debe tener la forma de agencia de viajes mayorista tal y como establece el art. 2. apart. 2º y el art. 3 del RD 271/1988.

²⁶⁵ El ratio de beneficio neto sobre el volumen de venta de los tour operadores se sitúa en un 1,5%, por lo que una desviación sólo en medio punto dentro de este porcentaje llevaría a la empresa a tener pérdidas, ver GONZÁLEZ SORIA, J., "Tour operadores", en *50 años...*, ob. cit., pp. 864-865.

ofertando programas especializados por destinos, segmentos de mercados o productos con marcas diferentes al nombre del tour operador.²⁶⁶

Las agencias de viajes minoristas son empresas pequeñas que hacen de mediadoras en la venta de servicios turísticos sueltos o de paquetes elaborados por las agencias mayoristas. Estas agencias también pueden realizar sus propios paquetes pero en razón de su dimensión empresarial lo hacen en pequeña escala y con arreglo al art. 3 del RD 271/1988 de agencias de viajes no los pueden distribuir entre otras agencias de viajes que no pertenezcan a su propia red.

También nos encontramos con un tipo de agencia intermedio mayorista-minorista que simultánea las actividades de ambas; es decir son asesoras, en contacto directo con el público, mediadoras y productoras de paquetes que pueden vender directamente al consumidor o también distribuirlos entre otras agencias de viajes aunque no pertenezcan a su propia red.²⁶⁷ Estas agencias tienen según el RD 271/1988 las máximas exigencias económicas para su instalación y en la práctica ostentan el tamaño empresarial más grande. Es muy frecuente que nazcan como minoristas, extiendan su número de sucursales y creen productos propios que distribuyen inicialmente por su propia red, pero cuando la dimensión del producto aconseja ampliar los puntos de venta muchas de estas empresas se convierten en mayoristas-minoristas y de esta forma se pueden distribuir sus productos a través de cualquier agencia de viajes.²⁶⁸

²⁶⁶ En 1999 en España existían unas 131 agencias de viajes mayoristas, siendo sus programaciones más habituales: estancias cortas peninsulares e insulares; circuitos terrestres y aeroterrestres por España, resto de Europa y norte de África; programas de larga distancia a América, destacando el Caribe, EEUU y Centroamérica; también a Asia y Oceanía; viajes profesionales como congresos, convenciones y ferias; programaciones deportivas o de naturaleza como ecoturismo; programaciones de salud y belleza como balnearios; visitas y excursiones, etc.

²⁶⁷ Una agencia mixta debe poseer sus propios canales de distribución si desea comercializar sus productos y ahorrarse la comisión, esta situación crea a veces tensiones con las minoristas que no ven con buenos ojos tener que vender el mismo producto que el fabricante, ver HERNÁNDEZ ARMAND, L. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., "La naturaleza...", ob. cit., p. 90.

²⁶⁸ Esta reconversión implica una ampliación de capital y la fianza con arreglo al RD 271/1988, por lo tanto también se tendrían que modificar los estatutos sociales con las limitaciones que establecen la LSA en los arts. 103 y 144 y la LSRL en los arts. 44 y 71.

Atendiendo a otro criterio clasificatorio, los profesionales del turismo distinguen otros tipos de agencias de viajes que el RD 271/1988 no recoge. En primer lugar nos encontramos con las agencias de viajes emisoras, llamadas así por ser su función primordial el enviar viajeros a áreas geográficas diferentes, nacionales o extranjeras, de aquellas donde está ubicada la agencia de viajes. El mercado principal de estas agencias de viajes lo constituyen los viajeros "que se van" y demandan transporte o servicios en otras localidades nacionales o extranjeras. En segundo lugar están las agencias de viajes receptoras que se ocupan de traer o atender a los turistas que vienen de otras áreas geográficas. España al ser un gran país receptor del turismo presenta varias modalidades de agencias de viajes receptoras: agencias de viajes urbanas o costeras situadas en zonas de gran afluencia turística, algunas pueden ser de pequeña dimensión pero la ubicación estratégica cercana a lugares con intenso tráfico turístico puede proporcionarles una importante cifra de ventas; y las agencias de viajes grandes o medianas con extensos departamentos receptivos y sucursales en el extranjero dedicadas a la captación del tráfico emisor.²⁶⁹ En tercer lugar nos encontramos con las agencias de viajes emisoras-receptoras que se dedican a simultanear por igual al tráfico emisor y receptor.²⁷⁰

Por otro lado también existen las agencias de viajes especializadas que son aquellas que se dedican con carácter predominante a un segmento de la demanda, esto es a unos destinos y productos concretos, como por ejemplo un deporte concreto como esquí, pesca o multiaventura, o bien un recurso turístico como la naturaleza o la cultura o una región geográfica como Oriente o África. Algunas comenzaron su actividad organizando viajes para asociaciones o clubes, pero una

²⁶⁹ En general las agencias de viajes receptoras españolas están bastante introducidas en el mercado Iberoamericano al ser España la puerta de entrada para viajes más largos por Europa y el Norte de África. Sin embargo la participación española en el mercado receptor europeo es reducido por la fuerza empresarial y comercial de los grandes tour operadores de los países emisores.

²⁷⁰ ALBERT PIÑOLE realiza un análisis de las principales diferencias existentes entre las agencias emisoras y receptoras, ver *Gestión, productos...*, ob. cit., p. 40.

vez detectado el mercado potencial se instalan como agencias de viajes. Los productos que se prestan más a la especialización²⁷¹ son: cursos de idiomas, turismo deportivo, trekking y aventura, congresos y convenciones, ferias, turismo de la tercera edad, turismo joven, ecoturismo, etc. Dentro de este grupo se podrían incluir las agencias tipo "Boutique del Viaje". Los clientes que se acercan a este tipo de agencias de viajes compran servicios, viajes y productos turísticos sofisticados y exclusivos, confeccionados casi siempre a la medida o elaborados especialmente pensando en personas de alto nivel adquisitivo. Estos servicios de lujo suelen ser deportes como caza, golf o esquí en pista libre; tratamientos de belleza o viajes culturales a destinos exóticos. De otro tipo son las agencias de viajes "in plant", pequeñas oficinas que las agencias de viajes instalan en empresas-clientes para ofrecer eficientemente los servicios que éstas solicitan.²⁷²

También nos encontramos con las agencias de viajes virtuales las cuales ofertan y venden sus servicios y viajes a través de Internet.²⁷³ Cualquier agencia de viajes puede tener su modalidad virtual creando una web y facilitando el contacto on line al cliente. La mayor dificultad reside en la forma de pago que tiene que efectuarse a través de las tarjetas de crédito y aquí nos encontramos con los problemas de seguridad y confidencialidad en la Red.²⁷⁴

²⁷¹ Las agencias de viajes se han especializado debido a la crisis que se ha producido en el turismo de masas, el "síndrome anti-sol" asociado con el paquete turístico estandarizado, masivo y rígido ha sido rechazado por la mayor parte del público, unido al nacimiento de un turista más activo y a una preocupación por el medioambiente, ver en este sentido SANTOS ARREBOLA, J. L., "Las nuevas tendencias de los consumidores turistas", *Estudios sobre Consumo*, nº 23, 1992.

²⁷² También están las agencias de viajes en franquicia, que se basan en un sistema de colaboración entre dos partes jurídicamente independientes, en el que una parte titular de una marca, productos o sistemas de comercialización concede a otra el derecho a explotar un negocio según unas técnicas comerciales uniformes. En España se ha producido una confusión entre la autorización de sucursales y la de empresas franquiciadas.

²⁷³ Podemos citar algunos ejemplos como www.halconviajes.com, www.viajes.elcorteingles.es, www.barcelo-viajes.es, www.iberohet.es, www.viajes-melia.com, www.catai.es, www.giramondo.es, www.marsans.es, www.islastravel.com

²⁷⁴ Por ello la mayoría de las transacciones electrónicas que se realizan es para la compra de productos estandarizados como los billetes de avión, sin embargo el consumidor desconfía de la adquisición de otros productos más complejos y en algunos casos sólo se limita a la búsqueda de información, ver ALARCÓN URBISTONDO, P., RASTROLLO HORRILLO, M. A. y RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J., "Los intermediarios en la comercialización de destinos turísticos

En las agencias tipo supermercado del viaje la demanda está integrada por personas que compran dos o tres veces al año servicios y viajes estandarizados a destinos preferentemente del mismo entorno cultural. Sus clientes suelen ser sensibles al precio y por término medio no exigen un alto nivel de lujo. Este tipo de agencias produce sus propios viajes de forma estandarizada, los comunica al mercado con gran despliegue publicitario y los distribuye a través de una red minorista integrada por grandes y pequeñas agencias situadas por todo el país. Suelen incorporar en sus productos transportistas y alojamientos de su grupo empresarial, con lo que consiguen una reducción de los precios.²⁷⁵

Por último hay que hacer referencia a las agencias especializadas en viajes profesionales. En ellas un gran segmento de la demanda está formado por el mercado profesional que exige una organización específica y personalizada que ofrezca asesoría y planificación de viajes y un nivel de precios que contribuya a rentabilizar esta importante partida de gastos de las empresas.²⁷⁶

Toda esta variada tipología de agencias de viajes, hace necesaria la búsqueda de fórmulas de integración y asociación que soslayen las heterogeneidades y les permitan superar las nuevas tendencias globales planteadas en la actualidad, posibilitando mejor el control de los mercados a gestionar, actualizando y homogeneizando intereses comunes. Además las asociaciones

a través de Internet", *Turismo. III Congreso Universidad y Empresa*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, p. 679.

²⁷⁵ Dentro de este prototipo podemos citar como ejemplo en España Halcón Viajes o el Grupo Barceló, la primera posee sucursales en todas las capitales de provincia y en la mayoría de los pueblos con más de veinte mil habitantes, además fue la primera agencia de viajes en lanzar una fuerte campaña publicitaria en todos los medios de comunicación, ver ALBERT PIÑOLE, I., BAYÓN MARINÉ, F. y CERRA CULEBRAS, J., "Agencias de viajes" en *50 años...*, ob. cit., pp. 837-838.

²⁷⁶ Entre los productos turísticos que ofrecen estas agencias encontramos los viajes de incentivos y de familiarización, en los primeros las empresas de algún modo tratan de premiar a sus trabajadores por los objetivos conseguidos, sin embargo los viajes de familiarización son organizados en muchos casos por los tour operadores para que sus agentes de viajes conozcan los destinos y los servicios que van a vender, ver VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 277-278., ob. cit., pp. 277-278.

empresariales fortalecerán la definición sectorial en el mercado tanto en el ámbito nacional como internacional, dada la mundialización del fenómeno turístico.

Aunque esta integración o agrupamiento puede ser variada, podemos hacer dos tipos generales de integración de estas agencias: la integración horizontal,²⁷⁷ en la que se trata de agrupar a las empresas que prestan el mismo tipo de actividad pretendiendo con ello mejorar su capacidad de negociación entre proveedores y clientes, fortalecer la empresa, reducir costos y aprovechar recursos comunes, mejorar cuotas de mercado, etc; y la integración vertical²⁷⁸ que se produce al agruparse empresas de actividad distinta pero que se complementan en el servicio turístico que prestan, persiguiendo con ello eliminar la dependencia de otras grandes empresas, controlar la producción y distribución de los productos turísticos, asegurando el abastecimiento, etc. El primer tipo de integración, que se suele dar entre agencias minoristas o mayoristas, puede hacerse de formas diferentes: asociación sin cambios accionariales, fusión, absorción, etc., lo que les permite a las pequeñas empresas integradas darle fuerza y definición dentro del mercado y a los Tour operadores fortalecer por su capacidad de contratación y competitividad.²⁷⁹ El segundo tipo de integración, la integración vertical, busca controlar mejor la oferta o el mercado, siendo típicas las integraciones de productores con distribuidores, de emisores con receptores, de compañías de

²⁷⁷ De la integración de la agencia norteamericana Carlson y la europea Wagonlit surge la primera red mundial en puntos de ventas. También la multinacional American Express compró Thomas Cook Travel Usa y sus actividades de viajes de negocios que tenía bajo el nombre Thomas Cook International Business Travel, naciendo el nuevo grupo Amex-Cook, ver VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., p. 381.

²⁷⁸ Una de las estrategias tradicionales de las empresas para incrementar su tamaño consiste en la unión de empresas fabricantes de un mismo producto, en el sector turístico la producción hasta la década de los noventa se ha basado en estructuras concentradas horizontal y verticalmente, formadas en su mayoría por hoteles y compañías aéreas, ver AA. VV., *Introducción...*, dir. SANCHO, A., ob. cit., pp.382-383.

²⁷⁹ En países como Reino Unido y Alemania se ha producido una importante concentración horizontal, así el tour operador británico Thomson fue adquirido por parte de la alemana TUI controlando de este modo el 40% del mercado europeo. Esta concentración de tour operadores europeos ha tenido un gran empuje con la creación de un Mercado Único a partir de 1993, ver BOTE, V., HUÉSCAR, A., VOGELER, C., "Concentración e integración de las agencias de viajes españolas ante el Acta Única Europea", *Revista Papers de Turisme*, nº 5, 1995, pp. 33-36.

transporte con agencias de viajes,²⁸⁰ etc. Al no circunscribirse a las agencias de viajes, las clases de integraciones pueden ser muy singulares y varían, con el paso de los años, las situaciones cambiantes del mercado y los intereses de grupos de presión mayoritarios en cada momento, tour operadores, transportistas, asociaciones empresariales o laborales, etc.

Surge también otro tipo de unión entre las agencias de viajes que son las asociaciones empresariales, la finalidad de estas alianzas es la defensa de los intereses sectoriales que afectan a los miembros de cada asociación. Las asociaciones nacionales o internacionales²⁸¹ de agencias de viajes responden a un perfil o sector muy específico del mercado, permiten la negociación de acuerdos nacionales o internacionales y sentar los principios de intercambio propios de la actividad turística. Existen además agrupaciones de pequeñas agencias de viajes que buscan la competencia y defensa de sus intereses comerciales, formando redes comerciales que constituyen los grupos de gestión,²⁸² organizados generalmente en forma de sociedades mercantiles, que convirtiéndose en socios cada uno de sus miembros, pueden llegar a coordinar en la sociedad el grupo capital de la empresa. Este reciente fenómeno asociativo, que no es específico de las agencias de viajes,²⁸³ permitirá a éstas una integración en grupos que pueden fortalecer su imagen y línea de actuación habitual.

²⁸⁰ La línea aérea "Lufthansa" ha creado un tipo de integración bajo la franquicia "Lufthansa City Center" por el que se permite a las agencias de viajes de tipo medio gozar de ciertas ventajas comerciales y la compañía aérea se asegura su presencia en el centro de las ciudades sin necesidad de costes elevados de personal ni estructuras mercantiles, ver VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado...*, ob. cit., pp. 382-383.

²⁸¹ Las principales agencias de viajes españolas son AEDAVE (Asociación de Agencias de Viajes Española), ACAV (Asociación Catalana de Agencias de Viajes), UNAV (Unión Nacional de Agencias de Viajes), FEAAV (Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes), AETO (Asociación de Tour operadores Españoles). Entre las asociaciones internacionales hay que destacar FUAHV (Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes), WATA (Asociación Mundial de Agencias de Viaje), ECTAA (Asociación de Agencias de Viajes de la Comunidad Europea), IFTO (Federación Internacional de Tour operadores).

²⁸² En esta línea encontramos al consorcio GEBTA (Guild of European Business Travel Agents), grupo selectivo formado por agencias de viajes especializadas en viajes de negocios.

²⁸³ Está teniendo una copia análoga en el sector hotelero, pero también esta asociación se puede trasladar a los destinos turísticos ya que en las Mancomunidades se asocian municipios para

En toda esta estructura se ha de tener en cuenta la organización y comercialización de los servicios turísticos, su gestión y proceso técnico administrativo que requiere la planificación, minimizando los riesgos que pueden correr principalmente las agencias minoristas en sus relaciones con empresas proveedoras o prestadoras de servicios. No olvidemos que uno de los principales objetivos de las agencias de viajes es suministrar al viajero todos los servicios que éste necesite respecto a sus viajes, informarle de sus ofertas sin incremento de precio en el servicio que prestan.

En cuanto a la comercialización de las agencias de viajes, la captación de clientes figura como principal objetivo de la agencia de viajes.²⁸⁴ Para la consecución de este objetivo general de toda agencia, diferenciaremos los servicios sueltos prestados por toda agencia de viajes de los paquetes turísticos. En los servicios sueltos la agencia es la gestora directa de la comercialización entre el cliente y el servicio que presta, mientras que en los paquetes turísticos la agencia de viajes es la mediadora entre los creadores y el consumidor. En cualquiera de los dos casos se necesita establecer un proceso comunicacional que informa al cliente sobre el producto, despierte su interés y le induzca al consumo. Esta promoción del producto turístico que tradicionalmente se ha realizado por campañas publicitarias, por folletos, o por ferias y workshops, convive en la actualidad con las nuevas tecnologías, el acceso a Internet y las nuevas agencias de viajes virtuales, sistemas todos estos encaminados a establecer una comunicación e información entre las agencias y sus potenciales clientes, señalando en cada uno de ellos las características de los productos y las posibles vías de adquisición.²⁸⁵

desarrollar funciones de carácter turístico, en algunos casos estos municipios pertenecen a diferentes provincias o Comunidades Autónomas, ver BLANQUER CRIADO, D., *Derecho...*, ob. cit., p. 130.

²⁸⁴ La estrategia fundamental para captar clientes se basa en la metodología del marketing, en su vertiente estratégica primero y luego en su vertiente operativa, que ayuda a la agencia de viajes a conocer las necesidades de los consumidores, ver FALKENSTEIN, H., "Nuevos medios...", ob. cit., pp. 30-31.

²⁸⁵ ALBERT PIÑOLE señala que los mensajes publicitarios actuales de las agencias de viajes se centran principalmente en el precio, las ofertas y los descuentos y son poco motivadores hacia los

Para ello se necesita que el agente de ventas tenga seguridad de la oferta que se realiza, que sepa asesorar al cliente en la elección del servicio, que realice adecuadamente las reservas advirtiéndole al cliente de los posibles gastos en caso de cancelaciones, así como que se ponga en contacto con el proveedor de los servicios, entregando al cliente los billetes o documentos que avalen la reserva efectuada y en los que conste toda la información que la legislación establece sobre servicio contratado y el cobro del importe.²⁸⁶ Posteriormente a esto el agente ha de realizar un seguimiento de postventa que garantice la realización del servicio y mantenga informado al cliente en caso de posibles alteraciones.

Para la gestión, el agente de viajes ha de conocer toda la información disponible en el mercado por lo que ha de estar en continua formación tal y como precisan los permanentes avances tecnológicos que inciden en el sector turístico.²⁸⁷ Esta información la consiguen de las diferentes fuentes disponibles en forma impresa o mecanizada y a las que actualmente pueden acceder a través de diferentes sistemas de informatizados de reservas y distribuciones como los SCR y los GDS, creados por los propios agentes de viajes y que facilitan la identificación y selección de la oferta disponible. La información puede ser de tipo técnico,²⁸⁸ específico para la agencia de viajes, como las informaciones sobre transporte aéreo, ferroviario, marítimo o por carretera, de alojamientos y hospedaje, etc., o las

destinos y los recursos que ofrecen, el turista no asocia la agencia de viajes con sensaciones de placer como ocurre después en el viajes, en *Gestión, productos...*, ob. cit., pp. 273-274.

²⁸⁶ Todo esto forma parte del proceso de distribución, que en el caso de las agencias de viajes la particularidad se encuentra en que éstas no distribuyen la propiedad de algo sino la información que da derecho al uso de destinos, servicios y productos turísticos durante un determinado espacio de tiempo.

²⁸⁷ Ver la importancia del desarrollo tecnológico en el proceso de gestión y comercialización entre los GDS hay que destacar AMADEUS que representa un 56% del mercado europeo, BIGNÉ ALCANIZ, E., "La calidad...", ob. cit., pp. 552-554.

²⁸⁸ Las agencias de viajes cuentan con documentos de información concreta sobre temas prácticos de gestión y organización de viajes como la World Airways Guide (ABC), la Airline Passenger Tariff (APT) la Guía Intercity de RENFE, la Thomas Cook International Timetable, etc. guías o publicaciones todas éstas que periódicamente ofrecen información especializada sobre los horarios, trayectos, compañías, etc que operan regularmente sus servicios de transporte aéreo, marítimo o ferroviario.

de tipo general o de información al usuario, entre las que se destacan las informaciones sobre guías de viajes y rutas turísticas.²⁸⁹

Otro aspecto que destaca en la comercialización del producto turístico en las agencias asociadas es la oferta o concesión de beneficios o descuentos por parte de las agencias mayoristas o los gestores de paquetes turísticos, según el tipo de servicio realizado y el tipo de agencia minorista, lo que puede generar una guerra comercial al utilizar estas comisiones como atractivo para los clientes al aplicarles descuentos que son parte de las comisiones de las propias agencias asociadas.

CAPÍTULO 2

EL TURISTA COMO CONSUMIDOR

2.1. INTRODUCCIÓN

²⁸⁹ En este grupo podemos incluir las diferentes revistas y guías de carácter divulgativo sobre viajes como las publicaciones Berlitz, Everest, Guía del trotamundos, Guía Michelin, o las revistas Geo, Viajar, etc.

CAPÍTULO 2

EL TURISTA COMO CONSUMIDOR

2.1.- INTRODUCCIÓN

Como hemos visto los cambios económicos y sociales experimentados en nuestra sociedad han incidido sobre la forma en que los consumidores organizan las vacaciones. El turismo se ha convertido en un fenómeno social que afecta a amplios estratos sociales que deciden utilizar su tiempo libre para hacer un viaje a un lugar distinto de su residencia habitual. La materia turística es amplia y muy cambiante, es un fenómeno complejo donde confluyen un cúmulo de intereses y factores de las más variadas características, haciéndola objeto de estudio desde el punto de vista jurídico y dando lugar al nacimiento de una pretendida rama del ordenamiento denominada Derecho del turismo.

También se ha producido una ampliación del ámbito de aplicación del conjunto de normas de carácter interdisciplinar que tienen como punto de referencia al consumidor o usuario y que se conoce con el nombre de Derecho de los consumidores, debido al número de reclamaciones que los turistas presentan por las deficiencias en la prestación de servicios. Por otro lado la entrada en vigor del Mercado Único Europeo en 1993 dio lugar a un interesante escenario relativo al turismo ya que éste tiene un papel preponderante en la economía de los Estados miembros. Las autoridades comunitarias han pretendido a través de la normativa turística asegurar una concurrencia leal e implantar los instrumentos necesarios para la tutela del turista como consumidor, con lo que completarían el conjunto de técnicas orientadas a garantizar y potenciar la calidad de los servicios.

No vamos a realizar un análisis exhaustivo de cada una de estas ramas del Derecho, sino ver en que puntos convergen, ya que en el caso del Derecho de los consumidores se trata de un principio constitucional que sirve como base de interpretación y como fuente de nuevas regulaciones específicas en este orden concreto.¹

2.2.- EL DERECHO DEL TURISMO Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

2.2.1.- La protección jurídica de los consumidores

2.2.1.I.- El movimiento de protección del consumidor

La protección de los consumidores y usuarios es un tema de gran

¹ BARCO I BALLBE, M. J., "Jornadas sobre la reforma del Derecho privado y protección del consumidor. Ávila 1992" en *Anuario de Derecho Civil*, 1992, pp. 1097-1098.

trascendencia social que se originó a lo largo de la segunda mitad del siglo XX como consecuencia de una serie de fenómenos económicos y sociales que han supuesto importantes cambios en la estructura del mercado.² Se consolidaron las grandes empresas y el consumo de masas y más recientemente se ha producido una transformación de la distribución comercial a través de una integración vertical y horizontal de las empresas, un alejamiento del sujeto responsable del daño, es decir, del fabricante; además de la progresiva internacionalización de los mercados y la diversificación de los productos.³ Estos cambios han supuesto una enorme expansión del mercado y una complejidad del mismo,⁴ que ha dado lugar a la desaparición en algunos casos del equilibrio que existía entre el consumidor y el empresario, ya que el primero no tiene posibilidad de influir en el mercado, ni en cuanto a precios ni en cuanto a calidades.

En esta sociedad eminentemente consumista existe un predominio de las grandes empresas frente a los consumidores e incluso frente a las pequeñas empresas, siendo aquellas las que fijan las reglas del mercado y el consumidor, situado en el último eslabón de esta cadena interviene en el mercado pero desde una posición de debilidad.⁵ El consumidor se encuentra sometido a la presión por medio de la publicidad, técnicas sofisticadas de convencimiento o la complejidad de los propios productos, que tiende a reducir en algunos casos su capacidad crítica. Por lo que se produce a partir de los años sesenta un movimiento para conseguir una adecuada defensa de los consumidores, a través de declaraciones y normas legales. En Estados Unidos fue muy significativo el mensaje de J. F.

² Ver ALONSO, L. E., "Los orígenes del consumo de masas: el significado de una transformación histórica", *Estudios sobre Consumo*, nº 6, 1985, pp. 11-20.

³ Ver PEINADO GRACIA, J. I., "El pretendido Derecho de los consumidores y el sistema" en *Revista de Derecho Mercantil* nº 224, 1997, pp. 797-855.

⁴ Todo esto se ha producido como consecuencia del aumento del poder adquisitivo del individuo que le permite acceder a los bienes y servicios que se ofertan en el mercado, lo que ha dado lugar al nacimiento de una nueva categoría conceptual, el consumidor, ver POLO, E., *La protección del consumidor en el Derecho Privado*, Madrid, 1980, pp. 21 y ss.

⁵ CALAIS-AULOY, J., *Droit de la Consommation*, Paris, 1992, pp. 1 y 2.

Kennedy de 15 de marzo de 1962, al Congreso de la Nación,⁶ en el que se refería a la protección de los intereses de los consumidores mencionando como derechos básicos, la seguridad, la información, la elección y la audiencia.

Antecedentes de los derechos básicos del consumidor los podemos encontrar en el Tratado de Roma de 25 de marzo de 1957, que aunque no hay una relación explícita de derechos de los consumidores y usuarios, sí existe una manifestación concreta de amparo jurídico a ellos en determinados preceptos en los cuales subyace una cierta tutela de distintos aspectos de la figura del consumidor.⁷

Posteriormente, en la década de los setenta en Europa, con la publicación de la Carta de protección de los consumidores en 1973 por el Consejo de Europa, con la creación del Comité Consultivo de los Consumidores y con el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea de 14 de abril de 1975 para una política de protección y de información a los consumidores, se presenta un plan de acción que garantice una mejor protección de los consumidores en el territorio comunitario, relacionando los siguientes derechos del consumidor: derecho a la protección de su salud y seguridad, derecho a la protección de sus intereses económicos, derecho a la reparación de daños, derecho a la información y educación, derecho a ser representado y oído.⁸

Por lo que el Estado adopta una postura más intervencionista mediante medidas que protegen al consumidor como la promulgación de normas de defensa y la promoción del asociacionismo para poder ejercer una mayor presión frente al

⁶ Ha habido otros textos importantes como el Molony Report en Reino Unido, sin embargo el mensaje de Kennedy es uno de los más influyentes por su contenido y su valor persuasivo, ver DE CASTRO, F., "Notas sobre las limitaciones intrínsecas de la autonomía de la voluntad", *Anuario de Derecho Civil*, 1982, p. 1068 y ss.

⁷ Así el art. 39.1 fija como una de los objetivos de la política agrícola el asegurar al consumidor suministros a precios razonables, art. 40.3 que defiende la exclusión de toda discriminación entre productores y consumidores de la Comunidad e incluso en el art. 86 en el que se prohíbe la explotación abusiva de posición dominante que pueda limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores.

⁸ Ver BRAÑA PINO, *Europa y los consumidores*, Madrid, 1989, pp. 21-24.

empresario. Sin embargo un sector doctrinal ha señalado que la novedad de este movimiento se encuentra en la realización de una política global para proteger éstos intereses ya que los problemas de abuso de poder por parte de los empresarios ya existían.⁹

2.2.1.II.- Disposiciones legales protectoras de los consumidores

En fechas anteriores a la proclamación de la Carta Magna, las medidas adoptadas por el Estado para garantizar la integridad en las relaciones jurídicas del mercado se concretaban en diversos sistemas de defensa contra las alteraciones de productos y precios por parte de los industriales y comerciantes. En todos los países desarrollados se daban formas de organización en este sentido, desde las empresas homologadoras de calidad hasta las meras asociaciones de consumidores, pasando por las publicaciones de defensa del consumidor.¹⁰

En 1978, al redactar nuestra Carta Magna, no podían desconocerse los precedentes internacionales, e influida también por la Constitución portuguesa de 1976, aparece por primera vez en nuestro derecho positivo la defensa de los consumidores y usuarios, la protección de sus derechos e intereses legítimos y la responsabilidad de los poderes públicos competentes. Es en el artículo 51 de la Constitución Española donde se institucionaliza este reconocimiento,¹¹

⁹ BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, A., señala que la legislación referente al control administrativo en materia de medicinas o de alimentos o en la regulación favorable a los arrendamientos de viviendas, ya se encontraba una protección del consumidor, en "La protección de los consumidores en la Constitución española y en el Derecho mercantil" en *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Madrid, 1987, p. 27.

¹⁰ En este sentido son significativas la ley belga sobre prácticas comerciales de 14 de julio de 1971, las leyes suecas de 1970 sobre actuación en el mercado y sobre el Tribunal de mercado y la ley francesa sobre la ordenación del comercio y la artesanía, la conocida por ley Royer de 18 de diciembre de 1973. En el Reino Unido hay que destacar la Consumer Protection Act de 1961 y la Trade Descriptions Act de 1968, por último en la Republica Federal Alemana hacer referencia a la ley sobre condiciones generales de contratación de 9 de diciembre de 1976.

¹¹ Para QUINTELA GONSÁLVEZ, M. A., la consagración de los derechos de los consumidores en

estableciendo lo siguiente:

“1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiéndose, mediante procedimientos eficaces, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca.

3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.”

Este artículo, que por su ubicación está integrado en el capítulo tercero ‘*De los principios rectores de la política social y económica*’, dentro del título I de la Constitución ‘*De los derechos y deberes fundamentales*’, se puede entender que condiciona a los poderes públicos a considerar la defensa de los consumidores como derechos fundamentales que deben regir la vida social del país. Por lo que el principio de defensa de los consumidores queda consagrado como un principio general orientador de todas las iniciativas que repercutan sobre los intereses del consumidor.¹² Este principio ha de ser tenido en cuenta por su actuación tanto por los tribunales como por los poderes públicos, según establece el art. 53.3 de la Constitución, sin necesidad de haber sufrido un desarrollo legislativo, la diferencia radica en el valor que tendrá ante la Administración o los tribunales la invocación de un principio constitucional o de una norma aplicable al caso concreto.¹³

la Constitución es un hito histórico jurídico, en “El principio de defensa de los consumidores y usuarios en el ordenamiento jurídico español”, *Estudios sobre Consumo*, nº 8, 1986, p. 13.

¹² ALBORCH BATALLER, C., “La protección del consumidor en el art. 51 de la Constitución: consideraciones generales y desarrollo legislativo”, *Estudios en homenaje al profesor Diego Sevilla Andrés. Historia, Política y Derecho*, t. I, Universidad de Valencia, 1984, pp. 29 y ss.

¹³ Sin embargo para RUIZ MUÑOZ, M., estos derechos sólo podrán ser alegados ante la jurisdicción ordinaria de acuerdo con lo que dispongan las leyes que los desarrollen; por lo que sin

Del análisis del art. 51 de la Constitución observamos que los dos primeros apartados parecen emanados de la Resolución del Consejo de la Comunidad Económica Europea de 1975, según los puntos descritos en este mismo capítulo, y que existe una diferencia palpable entre estos dos apartados del art. 51 de la Constitución. En el primer apartado se reconocen como derechos fundamentales el derecho a la seguridad y el derecho a la salud, que se configuran como derechos absolutos, reconociendo también el derecho a los legítimos intereses económicos de los consumidores. Este último contiene un matiz que no aparece en los anteriores y es la necesidad de legitimidad de los intereses económicos ya que la mayoría de las veces éstos intereses chocaran con los de los empresarios. Por lo tanto el desarrollo legislativo de éste derecho ha de ser respetuoso con el principio de libertad de empresa (art. 53.1 CE) en el marco de una economía de mercado.¹⁴ Además exigen unos procedimientos eficaces en los que se pueda materializar la defensa de éstos derechos ya que uno de los problemas en la aplicación de las normas de protección de consumidores se encuentra en la inadaptación de Derecho procesal, por lo que se crean vías alternativas extrajudiciales o procedimientos especiales.¹⁵

En el apartado segundo del artículo 51 de la Constitución se reconoce el derecho a la información y a la educación y el derecho a organizarse para defender sus derechos y ser oídos, los cuales se configuran como derechos

este desarrollo legislativo estos preceptos constitucionales quedan reducidos a meros programas de acción política, en "Introducción a la protección jurídica de los consumidores", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, p. 10-11.

¹⁴ El contenido de este principio se basa principalmente en la libre competencia, que se encuentra conectado con el principio de autonomía privada del art. 1.255 del CC, en el cual se centran los principios inspiradores del liberalismo, ver BROSETA PONT, M., "Aspectos generales para una introducción sobre el derecho de los consumidores", en *Estudios en Homenaje al Profesor Antonio Polo*, Madrid, 1981, pp. 74 y ss.

¹⁵ En el caso español contamos con el Sistema Arbitral de Consumo, pero también la Unión Europea desarrolló algunas fórmulas jurídicas como la Directiva 98/27 relativa a las acciones inhibitorias en materia de protección de los intereses de los consumidores y el Plan de acción sobre el acceso de los consumidores a la justicia y reglamentación de los litigios de consumo en el mercado interior.

instrumentales de los anteriores. Estas facultades de los consumidores serán puestas en práctica con el apoyo de los poderes públicos, para que el consumidor pueda elegir libremente y de un modo racional los productos que va a adquirir, con lo que se resalta en cierto modo la situación de inferioridad en que estos se encuentran.

El apartado tercero del artículo 51 es inapropiado y carente de sentido en el contexto del resto del artículo¹⁶ pues parece con ello pretender que se dicte o desarrolle una norma sobre comercio interior a fin de proteger exclusivamente a los consumidores y usuarios, ya que la regulación de esta materia ha de realizarse teniendo en cuenta también el principio de orden público económico, sólo si el sistema económico funciona eficientemente podrán los consumidores ver satisfechos sus derechos, intereses y expectativas económicas. Igualmente la mención del régimen de autorización de productos comerciales no se encuentra como la única prerrogativa a tener en cuenta por la política de defensa del consumidor.

También encontramos en la Constitución otros artículos, que aunque no conciernen exclusivamente a los consumidores y usuarios, consagran sus derechos, como parece indicarse en el art. 43.1 donde se reconoce el derecho a la *“protección de la salud”*, el art. 20.1,d) reconociendo el derecho a *“recibir libremente información veraz”*, art. 27.1 *“derecho a la educación”*, art. 105.a), derecho *“a la audiencia”*.¹⁷

El desarrollo legislativo de la protección de los consumidores y usuarios se compone no sólo de normas de origen nacional sino también de normas emanadas de las instituciones comunitarias. La política jurídica de protección de los consumidores y usuarios posee dos direcciones, por un lado pretende completar el

¹⁶ Coincidimos con la opinión mantenida por BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "La protección...", ob. cit., p. 27.

¹⁷ Estos preceptos constitucionales aunque no aluden explícitamente a la condición de consumidor y usuario, sí que se refieren a ellos en la medida en que tienen la condición de persona.

sistema de economía de mercado y por otro intenta corregir y controlar el funcionamiento de éste.¹⁸ En nuestro ordenamiento existe una disposición de carácter general, la Ley General 26/1984 de 19 de julio, para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (en adelante LGDCU), en cuya Exposición de Motivos señala que la aspiración de la misma es dar cumplimiento al mandato constitucional del art. 51 CE y dotar a los consumidores y usuarios de un instrumento legal de protección y defensa.¹⁹

Esta norma de carácter general se completa con disposiciones referidas a materias concretas en las que el consumidor ocupa un lugar central entorno al cual se estructura la regulación de cada uno de los campos jurídicos. Así en el ámbito contractual, podemos destacar la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (en adelante LCGC), materia esta que en un principio se encontraba regulada por la LGDCU. En materia de Derecho de la competencia hay que hacer referencia a: la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (en adelante LGP); la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia y la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. A estas disposiciones hay que añadir leyes que regulan la contratación con consumidores en general, en las que se producen determinadas circunstancias que pueden llevar a una dudosa libertad a la hora de prestar el consentimiento o que regulan algunos contratos en particular. Entre ellas hemos de citar la Ley de la Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico,²⁰ la Ley 7/1995, de 23 de marzo, de Crédito al Consumo (en adelante LCC); la Ley 7/1996, de 7 de enero, de Ordenación del Comercio

¹⁸ Ver GONDRA, J. M., "Integración económica e integración jurídica en el marco de la Comunidad Económica Europea", en *Tratado de Derecho Comunitario Europeo*, I, dir. GARCIA de ENTERRÍA, Madrid, 1986, pp. 100-102.

¹⁹ Esta norma ha sido muy criticada por la doctrina, por sus deficiencias de técnica jurídica, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Comentario al art. 1", en *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 17-20.

²⁰ En esta línea destacar el RD 1906/1999 de 17 de diciembre por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales.

Minorista (en adelante LOCM); la Ley 421/1998, de 15 de diciembre, sobre Derechos de aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias (en adelante LDApT); y la Ley 21/1995, de 6 de julio, reguladora de los Viajes Combinados (en adelante LVC). También ha sufrido un cambio el Derecho de daños, como consecuencia de la instauración como criterio de imputación, la responsabilidad por riesgo del fabricante, que se materializa en la Ley 22/1994, de Responsabilidad Civil por los Daños Causados por Productos Defectuosos.

2.2.1.III.- Concepto de consumidor

El término consumidor procede de la ciencia económica, que considera al consumidor como un rol social que adopta la persona en determinados ámbitos de su vida. Este rol se explica a partir de la contraposición clásica entre acto patrimonial y acto capitalista, con el acto capitalista el empresario adquiere un bien para incorporarlo transformado a su proceso de producción o distribución a fin de recuperar aumentado lo que invirtió, es decir adquiere bienes por su valor de cambio; por el contrario el consumidor entrega valores de cambio para adquirir valores de uso, para disfrutar del uso de bien adquirido. Por lo tanto la finalidad de ambos será totalmente distinta en el acto capitalista el empresario adquiere una mercancía por su valor de cambio sin embargo en el acto patrimonial el consumidor adquiere un bien para satisfacer sus propias necesidades personales y familiares.²¹

La noción de consumidor está vinculada a la evolución que ha sufrido el movimiento de protección a las clases desfavorecidas en la producción y

²¹ Esta idea del origen del término consumidor en función del sistema de economía capitalista la recoge ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales de la contratación*, Madrid, 1991, pp. 156-157.

comercialización de bienes y servicios, la tutela del consumidor tiene como misión mitigar o hacer desaparecer algunas disfunciones del mercado. En un principio la necesidad de proteger a los consumidores se centra en los particulares que adquieren bienes de las grandes empresas, sin embargo este planteamiento se va ampliando a aquellas personas que contratan servicios y también a la Administración Pública en la prestación de servicios públicos. Se distinguen dos nociones diferentes de consumidor una referida esencialmente a las personas adquirientes de bienes o servicios para uso personal o familiar privado y otra noción más amplia que la constituyen todos los ciudadanos como integrantes en una comunidad en la que ha de conseguirse una cierta calidad de vida.²² Esta segunda noción parece estar integrada por dos aspectos, el de protección del consumidor y el de protección de la calidad de la vida, lo que la adecua para estimarla fundamental en las consideraciones de programas políticos de atención a todos los ciudadanos como consumidores.²³ La primera de las nociones atribuye derechos a cada consumidor, pudiendo ejercitarlos individualmente. Concretamente se aprecia que la idea de protección al consumidor genérico se transformó en protección del individuo particular lo que se puede considerar como una manifestación de la evolución social del Derecho que obliga a abandonar el

²² Ejemplo de esta noción amplia lo podemos encontrar en la Resolución del Consejo de la CEE, de 14 de abril de 1975, relativa a la política de protección e información de los consumidores, que en su número 3 dice: "En lo sucesivo el consumidor no es considerado ya solamente como un comprador o un usuario de bienes o servicios para un uso personal, familiar o colectivo, sino como una persona a la que concierne los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa o indirectamente como consumidor". Por ello para BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., lo que nació en un principio como protección del consumidor se ha ido transformando en una protección del individuo particular, en "La protección...", ob. cit., pp. 22-24.

²³ Dentro de este concepto entrarían necesidades que no puede satisfacer el mercado y que deben proporcionar los poderes públicos como la defensa del medio ambiente, el derecho a la educación e información necesarias no sólo para contratar en el mercado sino para conseguir mejores condiciones de vida, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Ámbito de aplicación y derechos de los consumidores en la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios", *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Madrid, 1987, pp. 106-108. Ver también BOTANA GARCIA, G., "Noción de consumidor en el Derecho comparado", *Estudios sobre Consumo*, nº 18, 1990, pp. 53-58, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Comentario al art. 1...", ob. cit., pp. 25 y ss.

principio de igualdad formal ante la ley²⁴ para proteger a la parte más débil, llegándose a considerar necesaria la protección al individuo como consumidor frente a las empresas con las que se relaciona.

En primer lugar el concepto de consumidor o usuario viene delimitado por la definición que establece en su art. 1.2 la LGDCU *"A los efectos de esta Ley, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden"*. A continuación el apartado tercero de este mismo artículo considera que no son consumidores los que adquieran o almacenen bienes o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.²⁵

La Ley ha optado por una noción concreta de consumidor basada en un criterio subjetivo, el destinatario final de los bienes y servicios.²⁶ Esta expresión

²⁴ El art. 1.255 CC recoge el principio de autonomía de la voluntad por el que se regía, antes de la aparición de la CE y la LGDCU, la defensa de los intereses económicos y que no permitía ingerencia por parte de los poderes públicos ni en caso de desequilibrio manifiesto, si existía capacidad suficiente en los contratantes y la voluntad se emitió sin vicios, siguiendo los planteamientos de la concepción liberal.

²⁵ Para algunos autores se hacía innecesario la inclusión de este tercer apartado en el art. 1 LGDCU ya que realiza una reiteración al delimitar el concepto de consumidor, este apartado recoge una definición que excluye a los empresarios que adquieren maquinaria o materias primas para utilizarlas en un proceso de producción de bienes, sin embargo este apartado lo que hace es resolver algunos problemas interpretativos del apartado primero, en concreto del concepto de destinatario final, ver DE LA CUESTA RUTE, J. M. y VALPUESTA GASTAMINZA, E., "Marco general de la contratación mercantil", *Contratos Mercantiles*, vol. I, dir. DE LA CUESTA RUTE, Barcelona, 2001, pp. 82-83.

²⁶ La defensa de los consumidores es una de las materias sobre las que tienen competencia exclusiva algunas comunidades autónomas, en virtud de esa potestad surge el Estatuto del Consumidor del País Vasco, que contiene una definición abstracta de consumidor, en la que se incluyen a aquellos a los que *"conciernen los diferentes aspectos de la vida social que puedan afectarle directa o indirectamente como tal consumidor"*. El Tribunal Constitucional en sentencia de 30 de diciembre de 1982 consideró acorde con la Constitución esta definición. La expresión destinatario final se introduce como consecuencia de los avatares que rodean la tramitación parlamentaria de la LGDCU y que parece extraído del ámbito del contrato de transporte, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Ámbito de aplicación...", ob. cit., pp.121-123, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. "La defensa contractual del consumidor y el reparto de

gira en torno a una idea que es la adquisición de esos bienes y servicios para uso personal o familiar sin que estos vuelvan a salir otra vez al mercado.²⁷ Dentro de esta definición se encuentran aquellas personas que adquieren un bien para regalarlo, aunque el regalo no sea a un familiar, ya que a pesar de realizarse una cesión o transmisión no se produce una actividad económica dentro del mercado, además en este caso habrá dos consumidores donante y donatario. Por lo tanto dentro del concepto de destinatario final no se encuentran quienes adquieren bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción o comercialización, ya que esta es una actividad empresarial.²⁸ Para que se dé esta actividad empresarial los productos adquiridos y posteriormente utilizados en procesos de producción de bienes se destinarán al mercado, no al consumo personal, familiar o doméstico. Esa integración en una actividad comercial la Ley no exige que sea actual sino que puede estar proyectada.

Además ya que la finalidad de la operación de cambio que realiza el consumidor es la satisfacción de necesidades particulares ajenas al desarrollo con carácter profesional de una actividad económica en el mercado, tampoco estarán encuadradas dentro de este concepto las relaciones en la cual las dos partes sean empresarios o profesionales. Otra de las características que delimita su campo de aplicación, es la necesidad de que la adquisición de bienes o servicios se realice a un empresario. La desigualdad que se produce entre consumidor y empresario

competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas en la Doctrina del Tribunal Constitucional” en *Actualidad Civil* nº 43, 1987, pp. 145 – 170.

²⁷ El consumidor se caracteriza por un modo de actuar en el mercado, mediante el acto de consumo un sujeto se relaciona con un operador profesional del mercado con el propósito de obtener la satisfacción de necesidades personales, familiares o domésticas, esto es necesidades particulares que no son profesionales ni empresariales, sin embargo en la definición legal no se utilizan estos elementos que desde el punto de vista jurídico son los más frecuentes para la definición de consumidor, ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales y cláusulas contractuales predispuestas (Ley de condiciones generales de la contratación)*, Madrid, 1999, pp. 158-161.

²⁸ Dentro de esta delimitación habría que equiparar con la actividad empresarial la realizada por los agricultores, ganaderos o artesanos consistente también en realizar procesos de producción o de transformación; al igual que la actividad de los profesionales basada en la prestación de servicios a terceros, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "La protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores" en *Estudios jurídicos...*, ob. cit., pp. 126-128..

debido a la mayor pericia y superiores conocimientos de éste, determina la protección del consumidor. Pero esta desigualdad también puede producirse cuando un profesional o empresario contrata en un sector que no es su actividad habitual o cuando los pequeños y medianos empresarios y profesionales se relacionan en el mercado con operadores profesionales más poderosos a fin de adquirir bienes o servicios necesarios para desarrollar su actividad económica.²⁹

En el primer caso en el que se da una falta de conocimientos especiales del sujeto por razón de la reducida dimensión de su empresa no se realiza un acto de consumo tal y como lo define el art. 1 de la LGDCU ya que los bienes adquiridos se destinarán a un proceso de producción además que el pequeño empresario tampoco se podrá considerar como destinatario final.³⁰ En el segundo caso también se produce una situación de inferioridad al igual que entre consumidor y empresario, si bien la adquisición de bienes y servicios que realizan estos pequeños y medianos empresarios tiene como finalidad la satisfacción de necesidades derivadas de su actividad empresarial, por lo que tampoco se podrán considerar incluidos dentro del concepto legal de consumidor.³¹

Para el art. 1 de la LGDCU consumidores y usuarios pueden ser tanto personas físicas como personas jurídicas. Como vemos la determinación de cuando una persona física tendrá la condición de consumidor vendrá dado por la adquisición de bienes o servicios en el mercado con la finalidad de satisfacer sus

²⁹ Ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 192-196, y BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Ámbito de aplicación...", ob. cit., pp. 129-130.

³⁰ BOTANA GARCIA plantea el problema de la inseguridad jurídica que se plantearía al analizar en cada caso si concurren los criterios que el legislador consideró relevantes para otorgarle protección al consumidor; pero también se correría el riesgo de una difuminación de la noción de consumidor si se asimila de modo sistemático a los pequeños y medianos empresarios a la hora de contratar con los consumidores, en "Noción del consumidor", *Curso sobre protección...*, ob. cit., coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., pp. 36-37.

³¹ Estos problemas han surgido como consecuencia de la estandarización del tráfico negocial, también aparecen las condiciones generales de contratación en los contratos que realizan las pequeñas y medianas empresas con los grandes grupos empresariales, por lo tanto el modo de solucionarlos se encuentra en la regulación de las condiciones generales y no en la ampliación de la definición legal de consumidor, ver ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., pp. 159-160.

necesidades personales o particulares. Pero en lo que respecta a las personas jurídicas su consideración como consumidor viene dado por la adquisición que esa persona jurídica realiza de bienes o servicios que serán utilizados para satisfacer las necesidades de personas físicas vinculadas a ella por una relación ajena al mercado, por lo tanto estas personas físicas serán consumidores materiales pero no en sentido jurídico, ya que el ejercicio de los derechos que les corresponden como parte de una relación negocial de consumo han de ser conferidos a la persona jurídica.³² Si bien ALFARO ha señalado que esta opción de política legislativa no parece muy acertada ya que una de las razones fundamentales que justifican la protección del consumidor radica en que, a diferencia de los empresarios, carecen de una organización que les permita "autoprotegerse", circunstancia que no concurriría en los casos de personas jurídicas aunque actuaran sin ánimo de lucro.³³

Admitida por la LGDCU la consideración como consumidor de las personas jurídicas habrá que determinar cuáles serán susceptibles de ser consideradas como tales. En principio les deben ser exigibles los mismos requisitos que a las personas físicas, por lo tanto la adquisición del bien o servicio no puede tener por objeto una actividad de producción o comercialización de bienes o servicios para el mercado, o que no persigan una finalidad lucrativa y que transmitan a sus miembros, asociados o beneficiarios, a título gratuito o precio de coste, los bienes o servicios adquiridos.³⁴ Se ponen como ejemplos de personas jurídicas susceptibles de ser consideradas como consumidores³⁵ las asociaciones y

³² Ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 170-172.

³³ En *Las condiciones generales*, ob. cit., pp. 159. No obstante existen asociaciones de escasa entidad patrimonial cuyas posibilidades de autotutela son escasas como las asociaciones de vecinos o asociaciones culturales o religiosas sin finalidad lucrativa; aunque estos serán los casos excepcionales ya que en la mayoría de las personas jurídicas no concurren las circunstancias que justifican la protección de las personas físicas.

³⁴ Ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Ámbito de aplicación...", ob. cit., pp. 136-137, BOTANA GARCIA, G., "Noción del consumidor", *Curso sobre protección...*, ob. cit., coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., pp. 36-37.

³⁵ PAGADOR LÓPEZ, realiza un interesante análisis de las personas jurídicas que podrían tener la condición de consumidor, *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 179-189.

fundaciones y las comunidades de propietarios que adquieren bienes o servicios para ser utilizados, disfrutados o consumidos por los copropietarios o por personas vinculadas a ellos pero siempre que la cesión de tales bienes o servicios para su utilización se realice de forma gratuita.³⁶

En cuanto a las personas frente a las que se protege al consumidor el apartado 2º del art. 1 de la LGDCU establece que la calificación de una persona como consumidor se producirá *"cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los (bienes o servicios) producen, facilitan suministran o expiden"*. Según esto sería indiferente que la persona que produce el bien o servicio sea un empresario o un profesional o incluso un particular que no realiza con ese acto una actividad comercial. Sin embargo esta interpretación sería contraria al concepto de consumidor como destinatario final en sentido económico, como aquella persona que adquiere mediante una operación económica de cambio bienes o servicios para satisfacer sus necesidades particulares. Por lo tanto será necesario que la relación se establezca con un empresario o profesional y no estarán incluidas las relaciones entre particulares.³⁷

Esta actividad económica puede ser de diferentes tipos como una actividad industrial dirigida a la producción de bienes y servicios, una actividad dirigida a la

³⁶ Para BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO las cooperativas de consumo no tendrán la consideración de consumidor ya que realizan una actividad de comercialización en el mercado y sus socios adquieren los productos o servicios que ofrece la cooperativa a título oneroso, en "Ámbito de aplicación...", ob. cit., pp. 136-137. Sin embargo PAGADOR LÓPEZ mantiene la consideración como consumidores de las mismas en virtud del art. 156.1 de la Ley General de Cooperativas que les asigna la condición de consumidores directos para abastecerse o suministrarse de terceros de productos o servicios que les sean necesarios para sus actividades, y del art. 155.2 de la misma Ley que sustrae de la condición de ventas las entregas de bienes y servicios proporcionados por las sociedades cooperativas a sus socios, en *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 182-183.

³⁷ Además como señala BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO en las relaciones entre particulares no se produce la situación de desigualdad que se da al contratar con empresarios o profesionales, por lo tanto este planteamiento iría en contra de la propia idea que justifica la protección de consumidores y usuarios; asimismo en diversos artículos de la LGDCU se hace referencia a fabricantes, productores importadores y suministradores, expresiones que parecen referirse a actividades empresariales, en "Ámbito de aplicación...", ob. cit., pp. 134-135.

producción agrícola y ganadera,³⁸ la actividad artesanal, las profesiones liberales caracterizadas por estar dotadas de una específica titulación académica y en algunos casos estar sometido a una disciplina corporativa, de carácter jurídico-administrativo, de sus respectivos colegios profesionales lo que les configura como una categoría especial de empresario.³⁹

El legislador español no siempre ha seguido la definición de consumidor dada en el art. 1 de la LGDCU ya que encontramos más normas sobre consumo pero que regulan materias específicas. Como la Ley de Crédito al Consumo que lo define como *"a la persona física que, en las relaciones contractuales que en ella se regula actúa con un propósito ajeno a su actividad empresarial o profesional"*, por lo tanto en este caso no podrá considerarse como consumidor una persona jurídica acotando de este modo la protección que dispensa esta norma. Sin embargo la Ley de Viajes Combinados en el apartado 7º del art. 2 establece que será *"consumidor o usuario: cualquier persona en la que concurra la condición de contratante principal, beneficiario o cesionario"*; tendrán la condición de contratante principal tanto las personas físicas como las personas jurídicas, no obstante sólo podrán ser beneficiario o cesionario las personas físicas

³⁸ A pesar de que el Cc establece en el apart. 2º del art. 326 que este tipo de actividades no pueden ser objeto de contratos mercantiles esto no impide su calificación como empresarios, pero VATTIER FUENZALIDA plantea la posibilidad de incluir al agricultor en el ámbito de protección de la LGDCU cuando adquiere bienes y servicios destinados a su explotación agrícola, en "El agricultor ante la Ley de Protección al Consumidor", *Revista de Derecho Agrario y Alimentario*, nº 3-4, 1986, pp. 9 y ss. No parece admisible este planteamiento cuando el agricultor produce bienes que serán posteriormente vendidos en el mercado ver en este sentido BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Ámbito de aplicación...", ob. cit., pp. 127-135, *Comentario...*, ob. cit., pp. 32-40; ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., p. 162; PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 196-198, BOTANA GARCIA, G., "Noción del consumidor", *Curso sobre protección...*, ob. cit., pp. 40-42.

³⁹ La disposición adicional primera de la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación incluye una definición de profesional que fue añadida a la disposición adicional primera de la LGDCU estableciendo que *"Se entenderá por profesional, a los efectos de esta disposición adicional, la persona física o jurídica que actúa dentro de su actividad profesional, ya sea pública o privada"*, como vemos la definición no determina cuáles serán las actividades desempeñadas por los profesionales por lo que no aporta nada nuevo a lo establecido por la LGDCU, ver en este sentido BOTANA GARCIA, G., "Noción del consumidor", *Curso sobre protección...*, ob. cit., pp. 41-42.

considerándolos de este modo usuarios finales del viaje. Se plantea la cuestión de si los viajes de negocio, es decir aquellos que no son de ocio o de placer, podrían estar incluidos dentro de la noción de consumo entendido como la adquisición, en este caso, de un servicio para satisfacer necesidades personales, familiares o particulares ajenas al desarrollo económico de una actividad profesional en el mercado.⁴⁰

Así mismo en la Ley de Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito y en la Ley del Mercado de Valores recogen un concepto de consumidor como cliente que incluye a cualquier persona que interviene en relaciones jurídicas situado en la posición de demanda en un hipotético y convencional vínculo con el titular de la oferta. En esta noción no será relevante la finalidad seguida por las personas al tomar parte en la relación contractual con el empresario, sino exclusivamente que sean clientes de éste.⁴¹ La Ley de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos establece en su art. 1 que *"Los fabricantes y los importadores serán responsables, conforme a lo dispuesto en esta Ley, de los daños causados por defectos de los productos que, respectivamente, fabriquen o importen"*, por lo tanto los sujetos protegidos serán en general los perjudicados por el producto defectuoso con independencia de que tengan o no la condición de consumidor.⁴² Incluso en la misma LGDCU existen discrepancias como las contempladas entre diferentes artículos como el

⁴⁰ VICENT CHULIÁ indica como una de las dificultades para construir un Derecho del Consumo el hecho del que el concepto legal de consumidor es proteico y caleidoscópico poniendo como ejemplo el concepto de consumidor en la LVC, en *Introducción al Derecho Mercantil*, Valencia, 2001, pp. 48-49.

⁴¹ Ver BOTANA GARCIA, G., "Noción del consumidor", *Curso sobre protección...*, ob. cit., coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., pp. 30-31.

⁴² Tal vez el problema se encuentre como plantean DE LA CUESTARUTE, J. M. y VALPUESTA GASTAMINZA, E. en la falta de adecuación del concepto español de consumidor al recogido en las Directivas comunitarias lo que ha dado lugar a cuestionarse hasta qué punto se transponen adecuadamente las Directivas, además debido a la superioridad del Derecho comunitario en el supuesto de que según las Directivas una de las partes actuara como consumidor y según la Ley española no, habría que considerar la prevalencia de aquella norma, en "Marco general...", ob. cit., pp. 83-85.

art. 28 donde se protege al sujeto perjudicado y los Capítulos IV a VI que se refieren al ciudadano en general.

Como vemos la noción de consumidor del art. 1 de la LGDCU no rige para todos los textos legales que se habla de consumidores y consciente de ello el legislador español en la Exposición de Motivos de la reciente Ley de Condiciones Generales de Contratación (LCGC) ha intentado transponer la Directiva comunitaria sobre cláusulas abusivas en los contratos con consumidores al indicar: *“De conformidad con la Directiva transpuesta, el consumidor protegido será no sólo destinatario final de bienes y servicios objeto del contrato, sino cualquier que actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”*. Esto no se ha plasmado en ningún precepto legal, ni como proponía la doctrina, ha dado lugar a la modificación del art. 1 de la LGDCU; lo que manifiesta la problemática existente de adecuación conceptual independientemente de la realidad práctica al coincidir en la mayoría de los casos el consumidor final con la actuación ajena a su actividad profesional.⁴³

2.2.1.IV.- Derechos reconocidos a los consumidores y usuarios

Siguiendo las necesidades básicas del consumidor indicadas en el art. 51 de la CE, el art. 2 de la LGDCU concreta los derechos de los consumidores o

⁴³ Así mismo en el párrafo segundo del apartado VIII de la Exposición de Motivos se señala *“En la línea de incremento de protección respecto de los mínimos establecidos en la Directiva, la Ley mantiene el concepto amplio de consumidor hasta ahora existente, abarcando tanto a la persona física como la jurídica que sea destinataria final de los bienes y servicios, si bien debe entenderse incluida también a toda aquella persona que actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional aunque no fuera destinatario final de los bienes o servicios objeto del contrato”*, PAGADOR mantiene que no existen diferencias técnicas relevantes entre esta definición y la recogida en el art. 1 de la LGDCU ya que a pesar de ser esta la fórmula utilizada por las Directivas comunitarias para definir a los consumidores, entiende que esta es similar a la establecida en la norma española., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 150-155. Si bien en la LCGC para ser consumidor ya no se necesita ser destinatario final por lo que entendemos que en cierto modo los conceptos de consumidor de la LGDCU y de la LCGC no llegan a ser similares.

usuarios, entre los que se encuentran: la protección contra los riesgos de la salud o seguridad, la protección de los legítimos intereses económicos y sociales,⁴⁴ el derecho a ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos, así como el derecho a ser informado, educado respecto a la elección de productos y el consumo en general, y por último el derecho a ser representado por asociaciones que defiendan sus intereses y a gozar de protección jurídica, administrativa y técnica. Aunque si comparamos estos derechos con los recogidos en el art. 51 de la CE vemos que figuran dos derechos a los que no se hacía referencia en el precepto constitucional, por lo que se puede destacar la influencia de la relación de los derechos fundamentales de los consumidores recogida en el Programa Preliminar de la Comunidad Económica Europea de 1975.⁴⁵ Y tampoco recoge la LGDCU dentro de la lista de derechos "el reconocimiento del derecho a una protección mediante procedimientos eficaces" que sí recogía el art. 51 de la CE, además de aparecer en la exposición de motivos de la LGDCU como objetivo de la misma. Así mismo la doctrina declara la necesidad no tanto del establecimiento de este derecho en la norma, sino de un efectivo desarrollo de tales mecanismos de protección ya que de poco sirven las declaraciones de derechos si la defensa de los mismos se remite a un insuficiente sistema arbitral.⁴⁶

A partir de la propuesta de A. BERCOVITZ se diferencia entre derechos

⁴⁴ La Ley de Condiciones Generales de Contratación ha modificado el art. 2.1.b) de la LGDCU introduciendo un segundo inciso "*en particular, frente a la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos*", que no tiene ninguna consecuencia práctica como así lo señala MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., "Disposición adicional primera. Uno: Art. 2.1 b) LGDCU" en *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord... BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 665-667.

⁴⁵ Así lo destacan BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A, "La protección...", ob. cit., p. 25-27 y MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, "Comentario al art. 2 de la LGDCU", en *Comentarios*, ob. cit., pp. 46-47.

⁴⁶ Ver en este sentido BONET NAVARRO, "Informe general sobre protección eficaz y acceso a la justicia de los consumidores", *Estudios sobre Consumo*, nº 16, 1989, p. 20, LACRUZ BERDEJO, "El acceso de los consumidores a la justicia en la Ley General para su defensa", *Estudios sobre Consumo*, nº extraordinario, 1987, pp. 109 y ss., ORTELLS RAMOS, "Una tutela jurisdiccional adecuada para los casos de daños a los consumidores", *Estudios sobre Consumo*, nº 16, 1989, pp. 177 y ss.

fundamentales y derechos instrumentales,⁴⁷ estos últimos serán los medios para la realización y puesta en práctica de los derechos fundamentales, ya que por ejemplo un consumidor no podrá ejercer su derecho a la reparación de los daños y perjuicios sufridos por la adquisición de un determinado producto o servicio si antes no ha recibido la oportuna información de las características que deben reunir los productos y servicios que se encuentran en el mercado. Por lo que se podría afirmar que el conjunto de medidas dirigidas a garantizar la defensa de la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores componen una acción tutelar directa de los mismos, mientras que la acción tutelar indirecta incluiría el fomento de las asociaciones de consumidores y la educación y representación de los mismos.⁴⁸

Además establece el art. 2 de la LGDCU que todos estos derechos *"serán protegidos prioritariamente cuando guarden relación directa con productos o servicios de uso o consumo común, ordinario y generalizado"* Estos derechos junto con el establecimiento del régimen de garantías, responsabilidades y sanciones en defensa del consumidor, orientadas primordialmente a garantizar al consumidor seguridad en la adquisición de productos y en la prestación de servicios,⁴⁹ así como correspondencia e igualdad en las relaciones contractuales constituye la finalidad primordial de la LGDCU. La LGDCU califica los derechos recogidos en el art. 2 como derechos básicos, es decir que servirán de marco de referencia a posteriores actuaciones de los poderes públicos, mediante las cuales los podrán desarrollar y concretar. Por lo tanto les corresponderá también priorizar esa protección, en el sentido de proteger los derechos de los consumidores: a) protegerlos *antes* (prioridad temporal) de forma que a la hora de proceder al

⁴⁷ En "La Protección de los Consumidores...", ob. cit., p. 26.

⁴⁸ Ver GÓMEZ CALERO, J., *Los Derechos de los Consumidores y Usuarios*, Madrid, 1994, pp. 38-39.

⁴⁹ Ver QUINTANA CARLO, I., "La responsabilidad del empresario de servicios en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios", *Estudios sobre Consumo*, número extraordinario, noviembre 1987, pp. 50-60.

desarrollo reglamentario de la Ley o llevar a cabo las actuaciones administrativas precisas para ponerla en práctica, habrá que empezar por este tipo de bienes, como más urgentes e importantes; b) protegerlos *más* (prioridad cuantitativa), de modo que el nivel de protección efectivamente dispensado sea mayor en los supuestos a que hace referencia el precepto, para compensar así la situación de inferioridad en que se encuentra el consumidor; c) y protegerlos *mejor* (prioridad cualitativa), de modo que los mecanismos técnicos que instrumentan esa mayor protección sean de calidad técnica y de una eficacia práctica proporcionada igualmente a la mayor necesidad de protección.⁵⁰

En el último apartado del art. 2 de la LGDCU se establece otra medida para la protección de los derechos de los consumidores, como es la nulidad de la renuncia previa de los derechos reconocidos a estos. La razón de ser de esta norma se encuentra en la situación de desigualdad e inferioridad en que se encuentran los consumidores y usuario y que puede dar lugar a que el empresario o profesional le imponga eficazmente la renuncia de los derechos, a la cual no podría negarse debido a su debilidad. Sin embargo hay que matizar el sentido de esta renuncia de derechos, ya que será nula la realizada con carácter previo a la adquisición del derecho en cuestión, si bien sería válida la renuncia hecha a posteriori, es decir cuando el consumidor ha adquirido ese derecho y se encuentra en una posición más fuerte que en la fase anterior.⁵¹ Los derechos protegidos son los recogidos en la LGDCU⁵², por lo tanto los derechos reconocidos a los consumidores en otras

⁵⁰ MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ considera que todas estas propuestas pretenden sólo delimitar las líneas de actuación para conseguir una mayor protección en la práctica de los derechos de los consumidores que estará por supuesto supeditada a la buena voluntad de los poderes públicos, en "Comentario al art. 2 de la LGDCU", en *Comentarios*, ob. cit., pp. 63-64.

⁵¹ Como bien señala A. BERCOVITZ esta posibilidad de renuncia posterior no se encuentra exenta de riesgos ya que el empresario o profesional podría obligar al consumidor a firmar la renuncia en blanco poniendo aquel la fecha más tarde, para lo cual exige que la renuncia posterior contenga una exposición de las circunstancias en que aquella se produce con el fin de garantizar que no fue concebida como una renuncia previa enmascarada, en "Ámbito de aplicación...", ob. cit., p. 140.

⁵² Partiendo de los dos sentidos diferentes de la palabra "derecho" uno subjetivo y otro objetivo, serán los derechos subjetivos sobre los que tendrá sentido el plantear su renuncia, es decir aquellos derechos sobre los que se puede fundar una pretensión que sea accionable ante la justicia, así por

normas se regirán por lo estipulado en las mismas sobre el régimen de renunciabilidad. Así que una vez que han ingresado en el patrimonio de un sujeto, cualquiera de los derechos recogidos en el art. 2 de la LGDCU, mediante la adquisición o utilización de un producto o servicio, este derecho puede ser renunciado ya que no se trata de una renuncia previa.

- **El derecho a la salud y a la seguridad**

En el texto articulado de la LGDCU encontramos el desarrollo normativo de los derechos recogidos en el art. 2. El derecho a la salud y a la seguridad se trata en el capítulo II, donde se reglamenta la protección de la salud de consumidores y usuarios, la organización de campañas en pro del control de la calidad y de la prevención de riesgos previsibles, así como reglamentar los productos, servicios o actividades dirigidas a la utilización del consumidor y encaminados a evitar que esa utilización se traduzca en resultados lesivos, velando con ello por la seguridad general de los productos, servicios, actividades, bienes o funciones que vayan dirigidos a los consumidores y usuarios.

Desde el punto de vista del consumo la salud tiene un doble aspecto: como bien jurídicamente protegido, y como objeto de consumo, el individuo como consumidor o usuario de bienes y servicios en el mercado, es decir consumidor de salud.⁵³ Las disposiciones protectoras de la salud tienen una larga tradición dentro de los ordenamientos jurídicos porque se vinculan al Derecho sanitario en

ejemplo no tendría sentido la renuncia al derecho a la educación, ver MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, "Comentario al art. 2 de la LGDCU", en *Comentarios*, ob. cit., pp. 70-72. También GÓMEZ CALERO realiza un análisis de los elementos que llevan a calificar los derechos de los consumidores como derechos subjetivos, entre los que hay que destacar el elemento interno ya que la legislación habilita a los consumidores para ejercitar sus derechos, dentro de los límites legales, bien por si mismos o mediante representación, y el elemento instrumental ya que podrán ejercitar de propio modo las pertinentes acciones para obtener las satisfacción de sus derechos, en *Los Derechos...*, ob. cit., pp. 45-48.

⁵³ Ver QUINTELA GONÇALVEZ, M. T., *La protección de los consumidores y usuarios y la Constitución española de 1978*, Madrid, 1986, p. 98.

general.⁵⁴ Se podrían encontrar diferencias entre el ámbito subjetivo de protección de este conjunto normativo y el derecho de los consumidores, este vendría referido exclusivamente a los consumidores y usuarios, por otro lado la Ley General de Sanidad tiene como destinatarios a todas las personas; sin embargo esta divergencia se ha superado ya que la noción de consumidor viene a coincidir con la de ciudadano, produciéndose una universalización subjetiva de la protección de la salud.⁵⁵ La ampliación del ámbito subjetivo tiene como finalidad proteger a aquellas personas que sin haber realizado un acto de consumo pueden sufrir riesgos que afecten a su salud o seguridad.

En cuanto al concepto de salud, encontramos dos acepciones una estricta según la cual la salud es ausencia de enfermedad entendida como alteración fisiológica o síquica de carácter patológico, y una acepción amplia que compara la salud a un estado de completo bienestar físico, mental y social.⁵⁶ Por lo que respecta al significado de la seguridad se encuentra muy relacionada con la cobertura de riesgos y se refiere a aquella situación en que se encuentran consumidores y usuarios cuando pueden albergar un alto grado de confianza o certidumbre en que el consumo o la utilización de determinados productos o servicios no comporta otros riesgos para su salud que *"los usual y reglamentariamente admitidos en condiciones normalmente previsibles"*, por lo tanto no se trata de una seguridad absoluta sino que se encuentra sometida a esta cláusula.⁵⁷ Para la delimitación de esta clase de riesgos se han de tener en cuenta

⁵⁴ Por lo tanto la protección de la salud al ser regulado como derecho del consumidor pasa a considerarse desde una perspectiva distinta, y no se trata de un derecho que no se encontrara protegido antes, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A, "La protección de los legítimos intereses económicos...", ob. cit., pp. 142-143.

⁵⁵ Ver NAVARRO MUNUERA, A., "Comentario al art. 3 de la LGDCU" en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., p. 82.

⁵⁶ Desde una perspectiva jurídico penal PÉREZ ÁLVAREZ define la salud tanto como la ausencia de enfermedad como el mantenimiento de la integridad física, lo que conlleva y posibilita el normal funcionamiento del cuerpo humano y la participación del individuo en la vida social, en *Protección penal del consumidor, salud pública y alimentación*, Barcelona, 1991, pp. 40-43.

⁵⁷ El art. 25.2 de la Ley General de Sanidad prevé el establecimiento de prohibiciones y requisitos mínimos para el uso y tráfico de bienes cuando supongan riesgo o daño para la salud; con lo que se

la naturaleza de los bienes o servicios y las personas a las que van destinados. Además estos riesgos deben ser puestos en conocimiento previo de los consumidores y usuarios, por lo que no habrá que esperar a que el sujeto adquiera el bien o servicios sino que previamente debe tener conocimiento de su peligrosidad, lo que se encuentra estrechamente relacionado con el derecho a la información.

Esa prohibición del art. 3 de la LGDCU se concreta a través de una serie de obligaciones dirigidas a los sujetos de la actividad económica que se dedican a la puesta a disposición de los consumidores y usuarios de bienes y servicios del mercado.⁵⁸ Pero hay que destacar que también la Administración se encuentra especialmente obligada a establecer las disposiciones reglamentarias reguladoras de los diferentes productos, actividades o servicios.⁵⁹ Así se recoge en el art. 4 de la LGDCU que junto con el art. 5 de la misma son el complemento normativo del art. 3 y contienen las reglas generales que habrán de cumplir los productos y servicios destinados a ser adquiridos en el mercado por su receptor final. El art. 4 de la LGDCU señala las condiciones que han de ostentar los reglamentos de los diferentes servicios, productos o actividades, tanto en lo que concierne al etiquetado informativo como a las características de fabricación o a las garantías y sanciones, el control de la calidad, etc.⁶⁰ Esto se completa con el apartado tercero del art. 4 en el que indica la posibilidad de una codificación específica para el etiquetado de estos productos, pudiendo agrupar en un código único las

configura un concepto de seguridad material que se traduce en un principio de previsibilidad del riesgo.

⁵⁸ Ver QUINTANA CARLO, I., "La protección de los consumidores en España (Aspecto comparativo con la Comunidad Económica Europea)", *Actualidad Civil*, nº 13, 1987, p. 805.

⁵⁹ El art. 4 establece el contenido-tipo de los reglamentos introduciendo de este modo claridad en el aspecto estructural de la norma, con ello se pretende que el contenido de las disposiciones sea homogéneo, completo y tenga una ordenación lógica, ver MALARET I GARCIA, E., "Comentario al art. 4 de la LGDCU", en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., pp 100-102.

⁶⁰ Además dedica un apartado exclusivo a los "*fertilizantes, plaguicidas y artículos que en su composición lleven sustancias tóxicas, cáusticas o corrosivas*" señalando la necesidad de informar en sitio visible del riesgo en la manipulación de estos productos.

normativas básicas referentes a los productos, actividades o servicios.⁶¹ El art. 5 de la LGDCU establece una serie de prohibiciones encaminadas a garantizar la salud y la seguridad de los consumidores, entre lo que podemos destacar la venta, utilización, almacenamiento o importación de los productos reglamentariamente no permitidos. Además se insta a la Administración a que ejerzan las funciones de comprobación, intervención y dirección necesarias para mantener bajo su control los bienes y servicios especialmente los de primera necesidad.⁶²

- **Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales**

En cuanto a la regulación legal del derecho a la protección de los intereses económicos y sociales nace de la necesidad de defender a los particulares que adquieren bienes y servicios en el mercado como parte débil del mismo. Los artículos 7 a 12 de la LGDCU consagran bajo el epígrafe "legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores" la vinculatoriedad de la oferta, la regulación de las condiciones generales de contratación y el régimen de garantía. La fórmula utilizada es la de legítimos intereses económicos y sociales, la posición del adjetivo legítimos actúa como calificación de los intereses de los consumidores por contraposición a otros en juego.⁶³ Los consumidores y usuarios

⁶¹ Como ha señalado la doctrina la redacción de este apartado parece realizada teniendo en consideración el Código Alimentario que fue aprobado por Decreto 2484/1967 si bien hasta la aprobación del Decreto 2519/1974 no entró en vigor, ver MALARET I GARCIA, E., "Comentario al art. 4 de la LGDCU", en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., pp 106-107 y GÓMEZ CALERO, J., *Los derechos...*, ob. cit., p. 58.

⁶² Así señalan MUÑOZ MACHADO y JIMÉNEZ BLANCO que se podrá exigir responsabilidades a la Administración por daños causados por la falta de activación que la Ley prevé, en "La protección de la salud de los consumidores" *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, pp. 43-44.

⁶³ Para QUINTELA GONÇALVES el interés legítimo como categoría está en relación con el contenido esencial de los derechos fundamentales ya que los intereses jurídicamente protegidos son el núcleo de los derechos subjetivos, en *La protección...*, ob. cit., pp. 105-107. Para A. BERCOVITZ la calificación como legítimos lo que establece es la no protección de todos los intereses de los consumidores, por contraposición a la salud que se considera como un valor absoluto y se protege sin ningún tipo de restricciones, en el mercado concurren los intereses de los consumidores y de los empresarios la protección de cada uno de ellos tendrá como límite su consideración como legítimos, en "La protección de los legítimos intereses económicos...", ob. cit.,

tienen derecho a contratar en condiciones justas y equitativas y contando con la responsabilidad de la otra parte, y tiene este derecho desde que se dispone a adquirir, utilizar o disfrutar bienes, productos, servicios, actividades o funciones.

El art. 7 de la LGDCU establece según ha señalado la doctrina "el sistema de fuentes aplicable a la materia económica consumerista".⁶⁴ Lo que hace este artículo es recordar que la normativa preexistente civil y mercantil, pero también la que regula el comercio interior y el régimen de autorización de cada producto y servicio, no queda derogada ni sustituida por la promulgación de la LGDCU sino que ésta concurre en el campo normativo con la regulación anterior.⁶⁵ Para otro sector doctrinal el art. 7 establece una jerarquía normativa que se compone de dos grados, como fuente directa y principal se encontraría la LGDCU y como disposiciones complementarias en primer lugar se aplicarían las normas civiles y mercantiles, en segundo lugar las normas que regulen el comercio interior y exterior, y en tercer lugar el régimen de autorización propio de cada producto o servicio.⁶⁶

En primer lugar la LGDCU para proteger los intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios establece normas sobre las actividades de promoción que realizan los empresarios, estos mecanismos de tutela están dirigidos a garantizar la correcta formación del consentimiento de los contratantes y el equilibrio entre sus posiciones contractuales. En la fase previa a la celebración del contrato, en el período de los tratos preliminares, el art. 8 de la LGDCU presupone que una de las partes ha tomado la iniciativa de informar al

pp. 142-143.

⁶⁴ Así FONT GALÁN, J. I., "El Derecho del consumidor entre códigos y Constitución: lugar de encuentro del Derecho Civil y Mercantil" en *Curso sobre el Nuevo Derecho del Consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, p. 49.

⁶⁵ Como argumento a la aplicación de la normativa anterior a la LGDCU se añade que aquella puede contener en algunos casos preceptos más favorables que los recogidos en la propia Ley por lo que sería un contrasentido su derogación, MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., "Comentario al art. 7 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 124-126.

⁶⁶ A lo cual añade GÓMEZ CALERO que la disposición derogatoria de la LGDCU declara derogadas todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en aquella, en *Los derechos...*, ob. cit., pp. 75-76.

otro contratante, bien por medio de la publicidad, bien al realizar la oferta del contrato. Este precepto impone el carácter vinculante de la información suministrada con el fin de evitar que el consumidor sea defraudado como consecuencia del incumplimiento por el empresario de las condiciones anunciadas en la publicidad.⁶⁷

El art. 8 de la LGDCU establece que *"la oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o servicios, se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad"*, dice además que *"la oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos, actividades o servicios, será perseguida y sancionada como fraude"*. El precepto hace referencia tanto al contenido de la publicidad como al de la oferta contractual,⁶⁸ sin embargo hay que delimitar estos dos conceptos. La oferta es una declaración de voluntad a través de la cual se propone la celebración de un contrato y que debe contener todos los elementos esenciales del contrato proyectado. Si la aceptación recae, el contrato queda perfeccionado y el oferente vinculado a los términos de su oferta, que se integra en el contrato. Por otro lado la publicidad relativa a un producto o servicio puede equivaler o no a una oferta de contrato. Se da el primer caso cuando el contenido informativo que aparece en la publicidad hace referencia a todos los elementos esenciales del contrato proyectado, a esto se le denomina oferta publicitaria. Otras veces la publicidad tiene una finalidad de reclamo y la información contenida en la misma se limita a las características del producto que se consideran más adecuadas para incitar al público a contratar; en este caso no se

⁶⁷ Además del art. 8 de la LGDCU existen otras disposiciones que obligan al empresario a facilitar cierta información sobre la oferta o publicidad del contrato, lo que se denomina deberes precontractuales de información, así por ejemplo el art. 3 de la LVC, el art. 16 y 17 de la LCC, el art. 39 y 40 de la LOCM y el art. 8 de la LDApT, ver SANTOS MORÓN, M. J., "Información precontractual, forma y prueba del contrato" en *Curso sobre protección...*, ob. cit., pp. 136-137.

⁶⁸ El precepto pone de manifiesto en primer lugar la importancia de la información en la configuración del consentimiento a la hora de perfeccionar el contrato y en segundo lugar la adecuación de la oferta o promoción a los principios de eficacia, exactitud y veracidad, ver REYES LÓPEZ, M. J., "El carácter vinculante de la oferta y de la publicidad en el artículo 8 de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios", en *Estudios sobre Consumo*, n° 43, 1997, pp. 69-72.

puede equiparar a la oferta.

El art. 8 de la LGDCU impone que la promoción publicitaria se ajuste a la verdad.⁶⁹ Esta norma debe ser puesta en relación con las disposiciones de la Ley General de Publicidad en cuyo art. 4 establece lo que se entiende por publicidad engañosa, dividiéndola en dos modalidades. La primera es aquella que de cualquier manera puede inducir a error a sus destinatarios pudiendo afectar a su comportamiento económico o perjudicar a un competidor; la segunda es aquella que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error a sus destinatarios.⁷⁰ La publicidad engañosa como publicidad ilícita que es confiere acciones de cesación y de rectificación y también acciones civiles ejercitables ante la jurisdicción ordinaria.⁷¹

Por otro lado el art. 8 de la LGDCU recoge la posibilidad de que los consumidores y usuarios puedan exigir el contenido de la oferta, promoción y publicidad y las prestaciones propias de los productos y servicios, aun cuando no figuren expresamente en el documento contractual celebrado. La consideración de la publicidad como una oferta contractual ha sido la solución propuesta por la doctrina para superar el problema de la irrelevancia negocial de los contenidos publicitarios. Para ello la publicidad debe cumplir los requisitos de la oferta, en concreto que se especifique todos los elementos esenciales del contrato sin que se

⁶⁹ Ese engaño al que alude la norma puede ser tanto por ofrecer datos falsos, como por ofrecer datos que sin ser falsos, induzcan a error a los consumidores sobre la naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad de los bienes o servicios ofrecidos, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "La protección de los legítimos intereses económicos...", ob. cit., p. 148. Acerca del principio de veracidad dice DUQUE DOMÍNGUEZ, J., que "las afirmaciones contenidas en las modalidades de publicidad utilizada deben ser siempre veraces. En este aspecto positivo, las afirmaciones han de valorarse estrictamente no sólo evitando la inexactitud sino, incluso, que los datos verdaderos por su representación al público, puedan crear una falsa representación en los destinatarios", en "La protección de los derechos económicos y sociales en la Ley General para la Defensa de los Consumidores" *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, P. 57.

⁷⁰ Ver LEMA DEVESA, C., "La protección del consumidor en la Ley General de Publicidad" en *Curso sobre...*, ob.cit., pp. 109-110.

⁷¹ Sobre las medidas judiciales que pueden obtenerse en materia de publicidad engañosa y la legitimación activa ver PASQUAU LIAÑO, M., "Comentario al art. 8 de la LGDCU" en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., pp. 150-154.

dejen a una posterior determinación por parte del anunciante y además debe existir una efectiva intención de obligarse por parte del anunciante.⁷² Esta calificación como oferta contractual permitirá al consumidor o usuario exigir al empresario que cumpla lo que prometió en la publicidad, con independencia de la intencionalidad o negligencia del empresario⁷³ y sin necesidad de anular el contrato.⁷⁴ Si el empresario no lo cumple así incurrirá en incumplimiento contractual, es decir su incumplimiento genera las mismas consecuencias que si hubiera incumplido las obligaciones asumidas expresamente en el contrato.⁷⁵

Otro de los puntos a los que hay que hacer referencia es a la exigibilidad de "las prestaciones propias de cada producto o servicio", este inciso recogido también en el art. 8 de la LGDCU tiene como finalidad asegurar las expectativas generadas en los consumidores de que cada producto o servicio proporcionará las prestaciones que le son propias, a pesar de que en la publicidad no se hayan mencionado expresamente; esta expectativa sólo dejará de producirse si los empresarios anunciantes hacen constar en la publicidad determinados aspectos que faltan o son inferiores a lo que se considera normal o propio de un producto o

⁷² Ver TORRES LANA, J. A., "La integración de la publicidad en la oferta contractual turística" en *Turismo y defensa del consumidor. Jornadas Jurídicas*, Palma de Mallorca, 1991, p. 78, MORENO QUESADA, B., *La oferta de contrato*, Madrid, 1963, p. 51, SANTOS MORÓN, M. J., "Información precontractual...", ob. cit., pp. 139-140.

⁷³ Por lo tanto los derechos y acciones que corresponden a los consumidores se derivan del incumplimiento de contrato y no será necesario un propósito engañoso o defraudatorio para que nazcan estos derechos y acciones, ver FONT GALÁN, J. I., "El tratamiento jurídico de la publicidad en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios" en *Curso sobre...*, ob. cit., pp. 45-46.

⁷⁴ La solución tradicional del CC a los defectos de información que influyen en la formación del consentimiento, es su consideración como vicios del consentimiento por lo que el contratante tiene la posibilidad de anular el contrato, sin embargo no siempre estará interesado en esta opción el consumidor ya que en algunos casos puede resultarle incluso perjudicial ya que puede encontrarse ante un empresario monopolista, ver SANTOS MORÓN, M. J., "Información precontractual...", ob. cit., pp. 140-141.

⁷⁵ Por ello la información relativa al plazo de validez de la oferta cobra especial importancia en la contratación electrónica, el art. 27.3 de la LSSICE establece una alternativa para concretar la duración de la oferta, o bien el oferente dispone un período fijo de duración, o bien se entiende que la oferta se mantendrá durante todo el tiempo que permanezca accesible a los destinatarios del servicio.

servicio.⁷⁶ Por último el apartado 2º del art. 8 de la LGDCU señala que en el caso de que el contrato tuviera cláusulas más beneficiosas que las contenidas en la oferta prevalecerán sobre ésta. Con ello se introduce una excepción a la eficacia vinculante de la publicidad sino fuera así la eficacia del art. 8 sería cuestionable puesto que cualquier empresario podría evitar la aplicación del mismo desmintiendo en el contrato lo anunciado en la publicidad. Para determinar si estas cláusulas son o no más beneficiosas para el consumidor hay que compararlas con el contenido de la oferta, promoción o publicidad en cuanto a la "naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad" de los productos, actividades o servicios publicitariamente promocionados, y con "las condiciones y garantías ofrecidas" a través de los propios mensajes publicitarios.⁷⁷

El art. 10 de la LGDCU pretende proteger a los consumidores y usuarios frente a los excesos derivados de la utilización de condiciones generales en la contratación. La D.A. 1ª de la Ley sobre Condiciones Generales de Contratación de 13 de abril de 1998 (en adelante LCGC), ha modificado la LGDCU dando una nueva redacción a su art. 10, e introduciendo un nuevo artículo 10 bis y una nueva D.A. 1ª que incluye un catálogo ejemplificativo de cláusulas que se reputan abusivas.⁷⁸

⁷⁶ Así estima R. HERCOVITZ "que el consumidor que haya confiado en la publicidad puede, por tanto, olvidarse de lo convenido particularmente con su contraparte, si lo que resulta del acuerdo le es menos favorable que lo manifestado en el anuncio publicitario. Y esto, no porque las cláusulas contractuales devengan en tal hipótesis nulas, sino porque *ex lege* son desaplicadas" en "La defensa contractual del consumidor o usuario en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios" en *Estudios jurídicos...*, " , ob. cit., pp. 182-184, también FONT GALÁN entiende que la exigibilidad de los contenidos o prestaciones de la publicidad no deriva de la celebración del contrato sino de la ley que lo establece para salvaguardar la confianza comercial de los consumidores, en "El tratamiento...", ob. cit., pp. 75-77.

⁷⁷ Otra cuestión a determinar es en que casos el consumidor ha consentido voluntariamente a la modificación del contrato respecto de la publicidad, para SANTOS MORÓN en aquellos casos en que afecta a un elemento esencial de fácil percepción por el consumidor o se produce una alteración que conlleva una compensación se puede entender que existe acuerdo, en "Información precontractual...", ob. cit., p. 143.

⁷⁸ Esta doble regulación de las condiciones generales por un lado en la LCGC y por otro en la LGDCU complica la regulación de la materia y aumenta la probabilidad de repeticiones por ello la crítica de la doctrina ha sido generalizada, ver ALFARO AGUILA-REAL, J., "El proyecto de ley sobre las condiciones generales de la contratación: técnica legislativa, burocracia e intereses

Hay que señalar en primer lugar que el art. 10 y 10 bis no establecen que tipo de cláusulas constituyen el objeto de su aplicación, si bien a tenor de lo recogido en la Exposición de Motivos de la LGDCU y de los citados artículos, se infiere que la LGDCU será de aplicación, no sólo a las condiciones generales, sino más ampliamente, con relación a cualesquiera cláusulas contractuales predispuestas y no negociadas especialmente entre las partes a pesar de que no tengan carácter general.⁷⁹ Sin embargo esta descripción del concepto de condiciones generales no se corresponde con la establecida en el art. 1 de la LCGC, que delimita los rasgos definitorios de las condiciones generales. Las condiciones generales de contratación han de ser cláusulas contractuales, deben ser además cláusulas predispuestas, han de haber sido predispuestas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos y por último ha de tratarse de cláusulas impuestas. El concepto de cláusula no negociada individualmente, al cual se refiere la LGDCU, incluye sólo los requisitos de predisposición e imposición, sin que sea necesario que hayan sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos.⁸⁰ Por lo tanto la LGDCU será aplicable a los contratos celebrados con condiciones generales y a los contratos de adhesión particulares, es decir con cláusulas redactadas para ser

corporativos en el Derecho privado" *Revista de Derecho Bancario y Bursatil*, nº 16, 1997, p. 861-890, RODRÍGUEZ ARTIGAS, F., "El ámbito de aplicación de las normas sobre condiciones generales de la contratación y cláusulas contractuales no negociadas individualmente", *Derecho de los Negocios*, nº 86, 1997, p. 3, GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Disposición adicional primera. Dos: art. 10.1 a) y b) LGDCU" en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., p. 670.

⁷⁹ También el art. 3.2.1º de la Directiva 93/13/CEE sobre cláusulas abusivas recoge una definición de lo que se entiende por cláusulas abusivas, que se corresponde con el concepto de condiciones generales ya que se trata de cláusulas predispuestas e impuestas y sólo le faltaría la nota de generalidad, ver en este sentido GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Disposición adicional primera. Dos: art. 10.1 a) y b) LGDCU" en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., pp. 670-672, PAGADOR LÓPEZ, J., *La Directiva comunitaria sobre cláusulas contractuales abusivas*, Madrid, 1998, pp. 38 y ss.

⁸⁰ Para ALFARO AGUILA-REAL esta doble regulación no es la solución más correcta a la ampliación del ámbito objetivo de la Ley para asemejarlo a la Directiva 93/13/CEE sino que hubiera bastado con decir en el art. 1 LCGC que cuando el adherente sea consumidor la legislación se aplicará también a las cláusulas preparadas para ser utilizadas en un único contrato, en "Artículo 1. Ámbito objetivo" en *Comentarios a la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación*, coord. ALFARO AGUILA-REAL, J., Madrid, 2002, pp.101-104.

utilizadas en un único contrato; pero la LCGC sólo será aplicable a los contratos con condiciones generales redactadas con la finalidad de incorporarse a una pluralidad de contratos.⁸¹ Si bien el elemento determinante para la aplicación de la LGDCU es la condición de adherente del consumidor, ya que ésta norma no será aplicable a los contratos entre profesionales, sin embargo la LCGC será aplicable a éstos contratos con condiciones generales y a los celebrados entre profesionales y consumidores.

Por lo tanto las cláusulas incluidas en el ámbito de aplicación de la LGDCU deben tener sólo tres de los cuatro elementos que establece el apartado 1º del art. 1 de la LCGC para ser consideradas como condiciones generales en sentido legal: en primer lugar el elemento de la contractualidad o carácter contractual, que significa que ha de tratarse de cláusulas destinadas a formar parte del contenido de un contrato (a celebrar entre un consumidor y un empresario).⁸² Por lo tanto no podrán calificarse como condiciones generales, las estipulaciones que se limitan a reproducir una norma legal que sería aplicable al contrato con carácter imperativo, este es el caso de las cláusulas declarativas.⁸³

Ahora bien se excluyen del ámbito de aplicación del art. 10 de la LGDCU aquellas modalidades contractuales que no tienen una finalidad de consumo, aun

⁸¹ Si bien el concepto de contrato de adhesión particular, es decir con cláusulas predispuestas particulares, carece de relevancia en el tráfico mercantil, tanto entre profesionales como entre profesionales y consumidores, ya que no resulta lógico que un profesional redacte un clausulado para utilizarlo en un único contrato, por ello BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., señala que no es necesario probar que las cláusulas predispuestas han sido incorporadas a una pluralidad de contratos, sino que basta con que se hayan incorporado a uno, en "Artículo 1. Ámbito objetivo", *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., p. 30.

⁸² Así el art. 10.1 de la LGDCU se refiere a cláusulas relativas a productos o servicios, y el art. 10 bis. 1 habla de estipulaciones que regulan los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato. Sin embargo no es necesario que las reglas o estipulaciones se conviertan de forma inmediata en contenido contractual sino que es suficiente que estén destinadas a incluirse en un contrato en un momento posterior, ver en este sentido PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 239-241.

⁸³ Para determinar si se trata de una cláusula declarativa habría que determinar si la norma reproducida constituye una regla supletoria para el caso de laguna contractual en relación con el problema concreto, si fuera así la validez de esta cláusula no derivaría del contrato sino de la propia ley, ver ALFARO AGUILA REAL, J. "Artículo 1. Ámbito objetivo", ob. cit., pp. 108-109.

cuando esta exclusión no se haga explícita en el articulado de la Ley. El art. 4 de la LCGC dispone que ésta no se aplicará *"a los contratos de trabajo, a los de constitución de sociedades, a los que regulan relaciones familiares y a los contratos sucesorios"*.⁸⁴ Estos tipos contractuales quedarán excluidos de la aplicación de la LGDCU porque se trata de relaciones negociales que no están destinadas a actos de consumo.⁸⁵

En segundo lugar predisposición que implica que la cláusula o cláusulas en cuestión deben haber sido redactadas previamente a la fase de negociación del contrato. No es necesario que las cláusulas estén recogidas en un formulario contractual o en un documento impreso basta que el predisponente haya sido informado de las mismas, así las expuestas en un aviso al público o insertas en las facturas, catálogos, tickets, entradas, billetes, etc.⁸⁶ El requisito de la predisposición no se deduce del art. 10.1 LGDCU que sólo parece exigir que se trata de *"cláusulas no negociadas individualmente"*, si bien para entender el significado de esta expresión hay que remitirse al art. 3 de la Directiva 93/13/CEE que señala: *"se considerará que una cláusula no se ha negociado individualmente cuando haya sido redactada previamente y el consumidor no haya podido influir sobre su contenido"*.⁸⁷ La predisposición del contenido contractual impide que

⁸⁴ Acerca de este artículo ver BADENAS CARPIO, J. M., "Artículo 4.1. Contratos excluidos" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 111-128, y CUARTERO RUBIO, M. V., "Artículo 4.2. Contratos excluidos" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 129-138.

⁸⁵ Salvo estas exclusiones, es indiferente la naturaleza del contrato que utiliza condiciones generales a pesar de la deficiente terminología del art. 10.1 de la LGDCU que tan sólo se refiere a *"cláusulas, condiciones, o estipulaciones que se apliquen a la oferta o promoción de productos o servicios y a cláusulas (...) relativas a tales productos o servicios"*, lo que no tiene la mayor importancia al igual que ocurría con la redacción anterior del art. 10.1 de la LGDCU que parecía excluir los contratos distintos del de compraventa, ver ALFARO AGUILA REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., p. 120, COCA PAYERAS, M., "Comentario al art. 10 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., p. 322, DUQUE DOMÍNGUEZ, J., "La protección...", ob. cit., p. 64.

⁸⁶ Valen como predispuestas las cláusulas preparadas para ser utilizadas en futuros contratos cualquiera que sea el soporte en que se realicen, ver ALFARO AGUILA REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., p. 121.

⁸⁷ A pesar de que el art. 10 de la LGDCU no exige expresamente que estas cláusulas o condiciones hayan sido predispuestas, debe darse este requisito ya que este mismo artículo establece una serie

funcionen los controles e incentivos que permiten predecir en la mayoría de los casos que el contenido contractual es justo.⁸⁸ En la práctica contractual es normal que si el contratante entiende que el contenido contractual es injusto rechazaría firmarlo, sin embargo en los contratos de adhesión el adherente no leerá la "letra pequeña" ya que no podrá negociar la validez de la misma. Por lo tanto cláusulas no negociadas individualmente significa cláusulas redactadas previamente por el empresario.⁸⁹

En tercer lugar imposición, en este caso quiere decir que uno de los contratantes no ha podido influir sobre su contenido, ya que sino se trataría de una cláusula negociada y por tanto excluida del ámbito de aplicación de la LGDCU. El adherente sólo puede optar por aceptar o dejar el contrato con condiciones generales. El art. 10 y 10 bis de la LGDCU sólo hace referencia al carácter no negociado de las cláusulas que se incorporan al contrato, sin embargo el art. 1.1 de la LCGC exige que se trate de cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes.⁹⁰ El requisito de la imposición no significa que el predisponente tenga que ejercer sobre el adherente una especial presión, sino que bastará con que éste imponga la incorporación al contrato de unas determinadas cláusulas prerredactadas. Son cláusulas impuestas aquellas cuya incorporación al contrato se deba a la iniciativa exclusiva de una de las partes y que no han sido objeto de negociación individual. Por el contrario no son

de deberes que ha de cumplir el contratante que actúa profesionalmente antes de la negociación del contrato; además si interpretamos el art. 10 de la LGDCU a la luz de la Directiva sobre cláusulas abusivas, el art. 3.2.1 de la misma, ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 251-253.

⁸⁸ Cuando una de las partes de un contrato presenta a la otra un proyecto contractual preparado con antelación del que se pueda deducir que no se trata de un borrador y por lo tanto es imposible su modificación, en estos supuestos no están presentes los presupuestos que justifican el respeto y la protección a los acuerdos entre particulares que se ponen de manifiesto en el art. 1255 CC, ver ALFARO AGUILA REAL, J. "Artículo 1. Ámbito objetivo", ob. cit., pp. 111-112.

⁸⁹ No es necesario que las cláusulas se encuentren redactadas antes de que se inicie la fase de negociación del contrato sino que basta que se presenten por el empresario en el momento de celebrar el contrato, ver ALFARO AGUILA -REAL, J. "Artículo 1. Ámbito objetivo", ob. cit., pp. 114-116.

⁹⁰ Ver GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Disposición adicional...", ob. cit., pp. 673-677.

cláusulas impuestas las cláusulas prerredactadas cuya incorporación al contrato haya sido decidida de común acuerdo por ambas partes;⁹¹ las que hayan sido negociadas en el caso concreto⁹² y también las cláusulas que regulan los elementos esenciales del contrato.⁹³

Por otro lado el art. 10.1.b) de la LGDCU establece los requisitos que ha de cumplir el predisponente para que sus cláusulas formen parte del contrato celebrado. Son sólo dos requisitos que coinciden con los establecidos en la LCGC.⁹⁴ En primer lugar tenemos que referirnos los requisitos de perceptibilidad y comprensibilidad, que exige que dichas cláusulas reúnan los requisitos de concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa. El requisito de perceptibilidad o legibilidad persigue como objetivo que las condiciones generales se puedan leer, es decir que se puedan captar los símbolos y caracteres contenidos en el texto.⁹⁵ El anterior requisito se refería al aspecto formal de las condiciones generales por el contrario el requisito de comprensibilidad se predica del aspecto material de las mismas. Para determinar si un clausulado de condiciones generales puede considerarse comprensible hay que tener en cuenta las características del contratante medio del sector del tráfico

⁹¹ Es un fenómeno frecuente que las partes acuerden someter el contrato a una regulación no elaborada por ellos, este es el caso de los contratos de crédito documentario donde los formularios bancarios contienen una cláusula de remisión a las Reglas y Usos Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional de París.

⁹² La posibilidad de encontrar cláusulas prerredactadas negociadas es muy remota como así expone ALFARO AGUILA -REAL en "Artículo 1. Ámbito objetivo", ob. cit., pp. 122-125.

⁹³ Estarán fuera del ámbito objetivo de la norma aquellas condiciones generales que regulen los elementos esenciales, a cerca de ello ver ALFARO AGUILA -REAL en "Artículo 1. Ámbito objetivo", ob. cit., pp. 133-135.

⁹⁴ Este requisito lo encontramos en el art. 5.5 de la LCGC que exige que la redacción de las condiciones generales se ajuste "*a los criterios de transparencia, claridad, concreción y sencillez*" y en el art. 3.1 de la Ley del Contrato de Seguro que dispone que las condiciones generales y particulares "*se redactarán de forma clara y sencilla*".

⁹⁵ La exigencia de perceptibilidad es un requisito previo a la comprensibilidad, ya que le será muy difícil al cliente entender estas condiciones generales si no las puede leer, como sucede en el caso de las que se encuentran redactadas con una letra microscópica o por su configuración, color, e incluso ubicación en un lugar secundario dentro del documento contractual hacen imposible el cumplimiento de este requisito, ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit. pp. 401-404.

negocial en el que se encuentran este tipo de cláusulas.⁹⁶ La incomprensibilidad puede predicarse de unas condiciones generales en su conjunto cuando las cláusulas que lo integran se encuentren recogidas sin orden ni clasificación, o porque exista gran cantidad de remisiones internas de unas cláusulas a otras o contradicciones entre éstas, o que el clausulado resulte excesivamente extenso para el tipo de contrato, o cuando el texto se haya construido de manera compleja.⁹⁷ También puede hablarse de incomprensibilidad de una cláusula concreta cuando quepan muchas interpretaciones en distintos sentidos o sea difícil que el cliente pueda hacerse una composición de lugar sobre sus derechos y obligaciones.⁹⁸ Estos deberes tienen que cumplirlos el profesional o empresa antes de la celebración del contrato, es decir, que tiene que ser confeccionado el clausulado de tal forma que pueda ser leído y comprendido por personas que posean la capacidad visual e intelectual de quienes previsiblemente van a constituir su clientela.⁹⁹

En segundo lugar hay que hacer referencia del requisito de entrega y facilitación al cliente del clausulado contractual predispuesto,¹⁰⁰ que d art. 10.1.a) de la LGDCU en este sentido excluye los *"reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la celebración del contrato, y a los que en*

⁹⁶ La finalidad de la exigencia de comprensibilidad es que al cliente le sea posible conocer las disposiciones del clausulado sin necesidad de un esfuerzo intelectual extraordinario y sin necesidad de consultar a terceros o de procurarse ulterior documentación, ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit. pp. 405-406.

⁹⁷ Ver ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., pp. 235-236, DUQUE DOMÍNGUEZ, J., "La protección...", ob. cit., p. 66.

⁹⁸ Ver ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., pp. 235-236, PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit. pp. 406.

⁹⁹ Ver ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., p. 235, POLO, E., *La protección del...*, ob. cit., p. 101; PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit. pp. 413-414.

¹⁰⁰ No se considera cumplida esta obligación cuando se produce una entrega parcial de las condiciones generales, tampoco es suficiente si el predisponente remite al cliente a las condiciones generales que se encuentran en su local comercial, en cuanto a la regulación de este requisito en el art. 5 LCGC ver GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Artículo 5. Requisitos de incorporación", en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 154-155.

todo caso deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual".¹⁰¹ Por lo tanto para que el clausulado forme parte del contrato deberá estar incluido en el propio documento contractual y por encima de la firma, o bien en dicho documento por debajo de la firma o en el reverso, siempre que se efectúe una referencia al clausulado en la antefirma, o bien encontrarse en un documento separado del documento contractual, en cuyo caso éste último debe contener una referencia al primero en la antefirma, y entregarse este documento separado al cliente de forma simultánea o con anterioridad a la celebración del contrato.¹⁰²

El art. 5.1 LCGC exige para la incorporación de las condiciones generales al contrato la prestación conjunta de dos consentimientos, por un lado la aceptación de la incorporación de las condiciones generales y por otro la firma del contrato. La aceptación de incorporación de las condiciones generales no existirá si el predisponente no ha avisado expresamente a la otra parte a cerca de la existencia de condiciones generales ni le ha facilitado un ejemplar de las mismas.¹⁰³ Mediante el requisito de la firma el legislador ha intentado reforzar la aceptación de las condiciones generales, se trata de un requisito formal pues con el mismo lo que se acepta en realidad es el contrato. Por ello la doctrina aboga por una interpretación flexible del mismo que permita considerarlo cumplido cuando conste fehacientemente la aceptación del adherente, aunque no lo haya firmado.¹⁰⁴ El segundo requisito de inclusión que exige la LCGC tiene una función de información y se considera cumplido cuando el predisponente ha informado

¹⁰¹ Ver PAGADOR LÓPEZ, J., "Incorporación de las condiciones generales al contrato. Aplicación jurisprudencial y practica" en *Cuadernos de Derecho Civil*, 1996, p. 223; GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Disposición adicional...", *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 678-680.

¹⁰² Ver en este sentido DUQUE DOMÍNGUEZ, J., "La protección...", ob. cit., p. 66, BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., "La defensa contractual...", ob. cit., p. 193.

¹⁰³ La aceptación es una declaración de voluntad por la que el adherente manifiesta su conformidad con la incorporación de las condiciones generales al contrato, la cual admite cualquier forma válida reconocida por el CC, ver DURANY PICH, S., "Artículo 5. Requisitos de incorporación" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 283-284.

¹⁰⁴ Ver DURANY PICH, S., "Artículo 5. Requisitos de incorporación" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., p. 284.

expresamente al adherente de la existencia de condiciones generales, es decir el contratante tiene que haber sido avisado que el contrato contiene condiciones generales.¹⁰⁵

Estos requisitos vienen referidos a los contratos escritos, pero la LCGC ha regulado también los requisitos de inclusión en los contratos orales, en los contratos telefónicos y electrónicos, que no se encuentran regulados en la LGDCU. En cuanto a los contratos orales el art. 5.3 LCGC establece que el predisponente debe anunciar las condiciones generales en un lugar visible dentro del lugar en el que se celebra el negocio. Por lo tanto las condiciones generales deben aparecer en un cartel o aviso escrito, es decir, cualquier placa, letrero, rótulo o inscripción.¹⁰⁶ En el supuesto de los contratos orales que van acompañados de documentación, la entrega de la misma puede ser previa o simultánea a la celebración del contrato pero también puede ser posterior. En el primer caso es suficiente con la inclusión de las condiciones generales en la documentación sin embargo en el segundo caso es necesario el aviso previo.¹⁰⁷

Para los casos de contratación electrónica y telefónica los requisitos de incorporación han sido equiparados por el legislador a pesar de tratarse de dos supuestos diferentes desde el punto de vista de formación del contrato.¹⁰⁸ El art. 5.4 LCGC exige para este tipo de contratos la aceptación de las condiciones

¹⁰⁵ Para DURANY PICH este aviso puede ser tanto oral como escrito, sin embargo GONZÁLEZ PACANOWSKA se muestra contraria al aviso verbal ya que la LCGC exige que *"todo contrato deberá hacer referencia a las condiciones generales de contratación a él incorporadas"*, ver "Artículo 5. Requisitos de incorporación", ob. cit., p. 154, DURANY PICH, S., "Artículo 5. Requisitos de incorporación" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 285-286.

¹⁰⁶ Este cartel no tiene porque reproducir el texto íntegro de las condiciones generales sino que puede recoger las más importantes, poniendo a disposición del cliente el texto completo de las mismas.

¹⁰⁷ Este aviso puede aparecer en carteles expuestos al público o en documentos que es de esperar leerá el cliente antes o en el momento de ejecución del contrato, como por ejemplo cartas de restaurantes, presupuestos, publicidad, etc., DURANY PICH, S., "Artículo 5. Requisitos de incorporación", ob. cit., p. 297.

¹⁰⁸ El contrato telefónico se formaliza oralmente y de forma inmediata entre personas ausentes, sin embargo el contrato electrónico no se formaliza oralmente ni siempre de forma inmediata además el adherente tiene la posibilidad de conocer e imprimir en cualquier momento las condiciones generales.

generales según los términos que reglamentariamente se establezcan, además dispensa de la firma del contrato y obliga a enviar al consumidor, inmediatamente después de contratar, una justificación escrita con todos los términos del acuerdo incluidas las condiciones generales. El RD 1906/1999 de 17 de diciembre por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales establece en su art. 2, el deber de información previa a la celebración del contrato determinando el contenido de la información y el plazo en el que debe proporcionarse.¹⁰⁹ En cuanto al contenido el predisponente debe facilitar de modo veraz, eficaz y completo, información sobre todas y cada una de las cláusulas del contrato y remitir por cualquier medio adecuado a las técnicas de comunicación a distancia utilizada el texto completo de las condiciones generales.¹¹⁰ En el mismo sentido el art. 27.4 de la Ley de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico (en adelante LSSICE) establece que previamente a la contratación, el prestador de servicios debe poner a disposición del destinatario las condiciones generales *"de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario"*. Así las condiciones generales deben estar visibles al consumidor antes de entrar en la página web en la que se obligará contractualmente y además deberá ser posible su reproducción o almacenamiento en el disco duro del ordenador o en disquetes.

Por lo que se refiere al plazo la información debe proporcionarse con la antelación necesaria, como mínimo en los tres días naturales anteriores a la

¹⁰⁹ El desarrollo reglamentario de la LCGC ha suscitado importantes críticas entre la doctrina y en este sentido la Disposición Final Quinta de la LSSICE prevé la modificación del RD 1906/1999 por lo que se espera que se ponga remedio a estas deficiencias, ver PINOCHET OLAVE, R., *Contratos electrónicos y defensa del consumidor*, Madrid. 2001, p. 182 y ss., PAGADOR LÓPEZ, J., "Requisito de incorporación de las condiciones generales y consecuencias negociales" en *Condiciones generales de la contratación y cláusulas abusivas*, dir. NIETO CAROL, U., Valladolid, 2000, p. 246 y ss.

¹¹⁰ En el caso de la contratación telefónica el predisponente cumplirá con este requisito comunicando al adherente la existencia de condiciones generales, ya que la comunicación completa de las mismas no parece posible, y ofreciéndole la posibilidad de no celebrar el contrato hasta que no se remita el texto de las condiciones generales, ver GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Artículo 5. Requisitos de incorporación", ob. cit., p. 176.

celebración del contrato.¹¹¹ El requisito de confirmación documental de la contratación efectuada, puede realizarse en cualquier otro soporte duradero adecuado al medio de comunicación empleado, así mismo por ejemplo en disquetes informáticos o el disco duro del ordenador del consumidor que almacena los mensajes de correo electrónico. Además el RD 1906/1999 atribuye al adherente, en su art. 5, un derecho de resolución que es de libre ejercicio y no está sujeto a ninguna formalidad y el plazo para su ejercicio es de siete días hábiles desde la recepción del producto.

El apartado 2º del art. 10 hace referencia a la interpretación de las condiciones generales y en concreto recoge la regla *contra proferentem*, que se aplicará de forma subsidiaria, es decir, en caso de duda que no se ha podido resolver de otro modo se interpretará a favor del consumidor.¹¹² Esta regla será de aplicación una vez se hayan descartado todas las condiciones dudosas por oscuras cuyo sentido más desfavorable para el adherente fuera abusivo y siempre que se les haya aplicado las reglas de control de contenido. Sólo si supera esta prueba la condición general se interpretará en la mejor forma posible para el consumidor y las dudas que se planteen se resolverán a favor de éste. Pero también la interpretación más favorable al adherente tiene en cuenta las circunstancias previstas o previsibles en el momento de la celebración del contrato.¹¹³

¹¹¹ Sin embargo este requisito debe ser interpretado de un modo elástico, ya que debería bastar con la posibilidad de conocimiento en el momento de contratar debido a que es imposible el cumplimiento de ese plazo, hubiera sido más acertado obligar al predisponente a configurar su página web de modo que la previa visualización e incluso la descarga de las condiciones generales fuera ineludible para el consumidor para pasar a la fase de contratación.

¹¹² El principio de interpretación que favorece al adherente viene recogido en el art. 4.6 de los principios para los contratos mercantiles de la UNIDROIT, en cuanto a la relación de esta regla con el art. 6 de la LCGC ver DÍAZ ALABART. S., "Artículo 6. Reglas de interpretación" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 228-229.

¹¹³ No se trata de una regla de interpretación sino que tiene un carácter sancionador y lo que pretende es una redacción clara de los formularios con condiciones generales, por ellos el juicio sobre el sentido más favorable se realiza desde una perspectiva *ex ante*, pero no se considera cuál sería *ex post* la interpretación más favorable al adherente, ver SALVADOR CORDECH, P. y RUIZ GARCÍA, J. A., "Artículo 6. Reglas de interpretación" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 394-401.

Además el art. 10 bis.1.4º de la LGDCU exige que para practicar el control de contenido se tome en consideración la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato,¹¹⁴ así como las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración y las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa.¹¹⁵ Se establecen también mecanismos de control de contenido de las condiciones generales, en primer lugar se formula una cláusula general de control de contenido que es objeto de una doble prescripción, por un lado en el art. 10.1.c) de la LGDCU determina que las cláusulas predisuestas a las que se aplica esta Ley deberán reunir entre otros requisitos, el de *buena fe y justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas*.

Por otra parte el art. 10 bis 1.1º de la LGDCU considera abusivas las cláusulas predisuestas e impuestas *que en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato*.¹¹⁶ Por lo tanto el criterio para controlar el contenido de las condiciones generales viene dado por el principio de buena fe;¹¹⁷ el control de contenido consiste en comparar la

¹¹⁴ ANDREU MARTÍ, M., dice que habrá que "considerar las características peculiares del sector contractual al que pertenezcan las condiciones generales que pretendamos analizar", en *La protección del cliente bancario*, Madrid, 1998, pp. 78-79.

¹¹⁵ Vemos como se reproduce la regulación establecida en el art. 4.1 de la Directiva sobre condiciones generales de contratación, con ello se opta por una técnica de interpretación circunstanciada, en contraste con la típica, general o abstracta establecida por el CC en materia contractual, ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., 450-451. Para R. BERCOVITZ, la referencia a las cláusulas contenidas en el contrato y las de otro del que éste dependa, se puede entender que incluye cualquier contrato que tenga alguna relación con el objeto de la consideración, en "Disposición Adicional 1ª. Tres: art. 10 bis.1 LGDCU" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 760-763.

¹¹⁶ Así se considera una cláusula abusiva la aplicación a los descubiertos en cuenta corriente de un tipo de interés que dé lugar a una tasa anual equivalente superior a 2,5 veces el interés legal del dinero, en cuanto a la normativa de defensa de los titulares de depósitos bancarios como consumidores ver VALENZUELA GARACH, F., "Contratos bancarios de pasivo" en *Derecho Mercantil*, vol. II, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Barcelona, 2002, pp. 469-470.

¹¹⁷ Para ello la noción de buena fe ha de entenderse en sentido objetivo del art. 1258 CC, en cuanto comprensiva de la regulación aplicable a ese tipo de contrato para resolver el aspecto de que se trate conforme al Derecho positivo, a los usos y a la que razonablemente pueda considerarse una regulación de los derechos y obligaciones de los contratantes equilibrada conforme a las

regulación de los derechos y obligaciones de las partes establecida por cláusulas objeto de enjuiciamiento con la que resulte del principio de buena fe, de modo que si la primera discrepa de la segunda habrá de reputarse abusiva, a menos que concurren razones válidas y admisibles que justifiquen dicha divergencia.¹¹⁸ En segundo lugar la Disposición Adicional 1ª de la LGDCU introduce un catálogo de cláusulas que se consideran abusivas.¹¹⁹ Este catálogo tiene como finalidad concretar la cláusula general de control de contenido y orientar al juez respecto al modo en que ha de interpretar y aplicar aquella. Es un catálogo bastante extenso que contiene 29 apartados en los que se recoge un número mayor de cláusulas abusivas,¹²⁰ si bien sólo tiene carácter ejemplificativo u orientativo, no tiene carácter exhaustivo ya que se pueden declarar como abusivas otras cláusulas distintas de las que aparecen en el texto; además las cláusulas contenidas en el catálogo deben considerarse en todo caso abusivas y prohibidas sin posibilidad de una posterior consideración del juez como permitidas.¹²¹

El art. 10 bis.2. de la LGDCU establece una regla general de ineficacia de las cláusulas que se consideren abusivas, sin perjuicio de la validez y eficacia del

expectativas de éstos, el empresario debe respetar en las cláusulas predispuestas los intereses legítimos del consumidor, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Disposición Adicional 1ª...", ob.cit., pp. 756-780.

¹¹⁸ Ver PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., 450-451.

¹¹⁹ El listado de cláusulas incluye los supuestos ya recogidos en la redacción anterior del art. 10.1 de la LGDCU, sobre la regulación anterior ver DÍAZ ALALBART, S., "Comentario al art. 10.1.c) de la LGDCU" en *Comentarios a la Ley...*, ob. cit., pp. 247-312.

¹²⁰ La doctrina ha criticado la ubicación sistemática del catálogo en una Disposición Adicional cuando lo propio hubiera sido incluirla dentro del articulado de la LGDCU y también su redacción con escasa sistemática ya que contiene repeticiones o solapamientos, cláusulas contrarias a normas imperativas, unas concretas otras amplias e indeterminadas, o relacionadas con el control de incorporación y no con el control de contenido, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Disposición Adicional 1ª...", ob.cit., pp. 766-767.

¹²¹ Sin embargo seguirá siendo clave la actividad de valoración del juez ya que a la hora de enunciar las distintas modalidades de cláusulas prohibidas se ha empleado un número considerable de cláusulas generales y conceptos jurídicos indeterminados como por ejemplo "un plazo excesivamente largo", "antelación razonable", "sin motivos válidos", "otros casos de razón válida", indemnización desproporcionadamente amplia", determinadas formalidades", etc. Por lo tanto para su interpretación deberá tenerse en cuenta precio, circunstancias y demás cláusulas, es decir, todos los datos a los que se refiere el art. 10 bis.1. de la LGDCU, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Disposición Adicional 1ª...", ob.cit., pp. 768-769.

resto del contrato, la estructura de este artículo es similar a lo regulado en los arts. 9 y 10 de la LCGC.¹²² Así las cláusulas que no superen el control de inclusión y aquellas que sean consideradas abusivas se entenderán como nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas sin que se comprometa, en principio, la validez del resto del contrato. Se establece la ineficacia parcial con independencia de la voluntad expresa o presunta de los contratantes, es decir la pervivencia del contrato parcialmente ineficaz no depende de que existan elementos de juicio que permitan adivinar la voluntad de las partes en tal sentido.¹²³ Las lagunas surgidas en la reglamentación negocial como consecuencia de la declaración de ineficacia de una o varias condiciones generales se integrarán por el juez con arreglo a lo dispuesto en el art. 1258 CC, es decir, con arreglo a las normas del Derecho positivo, y en su defecto con arreglo a los usos y a la buena fe.¹²⁴ Por lo tanto las condiciones generales declaradas ineficaces no pueden ser utilizadas para integrar el contrato ya que no refleja la voluntad común de los contratantes, para llenar las lagunas surgidas se utilizará en primer lugar una interpretación integradora del contrato y en su defecto las normas de derecho positivo o los usos siempre que

¹²² Entre estos artículos existe un supuesto de hecho a destacar que es el de condiciones generales abusivas, en cuanto son condiciones generales se someten a los arts. 8 a 10 de la LCGC y además si el adherente es un consumidor se someten al art. 10 bis.2. de la LGDCU, son dos formas de protección que por un lado colisionan, ya que en caso de conflicto hay que determinar si prevalece la protección como adherente o como consumidor; y además se complementan ya que una interpretación conjunta aumentará los mecanismos de protección, ver PASQUAU LIAÑO, M., "Disposición adicional 1ª. Tres: art. 10 bis.2 LGDCU" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., p. 772, PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., 599-602 y 686-688.

¹²³ En este sentido M. PASQUAU dice que dentro del ámbito de la invalidez se ha optado por una nulidad indisponible, es decir, de pleno derecho, las cláusulas son nulas porque así lo ha querido el legislador y no porque haciendo uso de una facultad concedida por el legislador así lo decida el consumidor, en "Disposición adicional 1ª. Tres...", ob. cit., pp. 776-777, ver también PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., 664-669.

¹²⁴ Una cuestión previa a la integración del contrato es la eficacia de las denominadas cláusulas salvatorias mediante las que suele preverse la aplicación de determinadas condiciones generales con carácter supletorio para el caso de que otras sean declaradas ineficaces, para la doctrina las cláusulas salvatorias serán ineficaces cuando traten de limitar la sanción legal de ineficacia total de las cláusulas predispuestas que no superen el control de inclusión, de legalidad o de contenido, PASQUAU LIAÑO, M., "Disposición adicional 1ª. Tres: art. 10 bis.2 LGDCU" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 788-790, PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., 664-669.

existan y se adecuen a los fines y expectativas de los contratantes; y en segundo lugar de acuerdo con el principio de buena fe se realizará una integración de la que resulte una regulación del asunto equilibrada y conforme a las expectativas de los contratantes.¹²⁵ Finalmente el art. 10 bis.2 de la LGDCU prevé como regla excepcional la posibilidad de que el contrato sea ineficaz como consecuencia de la declaración de nulidad de una o varias condiciones generales que forman parte del mismo, ésta decisión será tomada por el juez siempre previa petición del contratante que se considere perjudicado.¹²⁶

El apartado 5 y último del art. 10 de la LGDCU declara que "*los poderes públicos velarán por la exactitud en el peso y medida de los bienes y productos, la transparencia de los precios y las condiciones de los servicios postventa de los bienes duraderos*". Esta norma tiene como finalidad una atribución de facultades a las Administraciones Públicas, pero también conllevan un mandato de velar por los extremos que señala. Con ella se pretende hacer transparente los procedimientos de determinación, revisión y congelación de precios.¹²⁷

La protección de los intereses económicos y sociales de los consumidores en la fase postcontractual viene regulado en el art. 11 de la LGDCU, en cuyo apartado 1º establece un régimen de comprobación de una forma genérica, es decir constituye un marco general dentro del cual actúa esta garantía de los consumidores y usuarios¹²⁸. La norma no exige un régimen de comprobación

¹²⁵ Ver PASQUAU LIAÑO, M., "Disposición adicional 1ª. Tres: art. 10 bis.2 LGDCU" en *Comentarios a la Ley de Condiciones...*, ob. cit., pp. 791-794, PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., 670-679.

¹²⁶ Como vemos el art. 10 bis.2 de la LGDCU es sustancialmente semejante al anterior art. 10.4.2º de la LGDCU en cuanto al supuesto de hechos que provoca la nulidad total del contrato, esto es, que las cláusulas subsistentes den lugar a una situación no equitativa en la posición de las partes que no pueda ser subsanada, PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 688-701.

¹²⁷ Así MALARET I GARCÍA, E., "Comentario al art. 10.5 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 348-353.

¹²⁸ GARCIA CANTERO entiende que la acumulación de conceptos y elementos heterogéneos que se produce en la norma debe entenderse en un sentido amplio e incluirlos todos a la hora de establecer el régimen de garantía del consumidor, "Comentario al art. 11 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 357-368.

obligatorio para todos los contratos, sino que en el caso de que el contrato recoja ese régimen debe permitir al consumidor ejercer las atribuciones establecidas, como son la comprobación del producto o servicio, la reclamación, la garantía y la renuncia o devolución del producto o servicio.¹²⁹ El contenido de la obligación de esta garantía está recogido en los apartados 2 y 3 del art. 11 de la LGDCU,¹³⁰ la garantía formalizada por escrito debe contener el objeto sobre el que recaiga,¹³¹ el garante, el titular de la garantía, el plazo de duración de la misma, su forma y documentación y el contenido mínimo de esta obligación de garantía. En cuanto al garante o sujeto obligado será el productor o suministrador del bien que además debe tener mayor interés en conseguir la eficacia de esa garantía y controlar la calidad de sus productos.¹³² El titular de la garantía es el adquirente del objeto, aunque si se transmite a un tercero durante el plazo de garantía se considera transmitida con el bien; el titular debe identificarse en el certificado o documento escrito que entregue el productor o suministrador.¹³³ El plazo de duración de la

¹²⁹ El art. 11.1 de la LGDCU viene a decir que si los contratantes pactan algo sobre estas materias, las cláusulas correspondientes deben permitir que “el consumidor se asegure la naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad del producto o servicio”, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., “La defensa contractual del consumidor o usuario en la Ley General ob. cit., p. 214.

¹³⁰ El art. 12 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista de 15 de enero de 1996 (en adelante LOMC) también regula la calidad de los productos y artículos vendidos con lo que se pretendía era completar la regulación de la LGDU, lo que ha sido criticado por los problemas interpretativos que pueden surgir al contrastar los diferentes textos legislativos, ver AVILÉS GARCÍA, J., “Garantía y conformidad de los bienes y servicios de consumo. Contratos de reparación y asistencia” en *Derecho de los Consumidores y Usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*, dir. DE LEÓN ARCE, A., Valencia, 2000, pp. 586-588, BOTANA GARCÍA, G., “Régimen de garantía y conformidad de los productos y servicios” en *Curso sobre Protección...*, ob. cit., pp. 490-492.

¹³¹ Para un sector doctrinal este precepto será aplicable exclusivamente a los bienes de naturaleza duradera tal y como establecen los apartados 2 y 5 del art. 11 de la LGDCU ya que los problemas más importantes se plantean respecto a aquellos BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., “La protección de los legítimos...”, ob. cit., p. 156. Sin embargo otro sector mantiene que se debe hacer una interpretación más amplia y aplicarse estos preceptos a todos los bienes con las oportunas adaptaciones, así DUQUE DOMÍNGUEZ, J., “La protección...”, ob. cit., p. 77.

¹³² Así BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., “La protección de los legítimos...”, ob. cit., p. 156. La Ley de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos de 6 de julio de 1994 (en adelante LRCP), afirma explícitamente la responsabilidad de los fabricantes, importadores y suministradores.

¹³³ Si bien no es esencial que conste el nombre del beneficiario ya que la garantía no tiene carácter personalísimo mientras pueda ser identificado por otro medio como el recibo o documento de pago,

garantía no viene recogido en la LGDCU sin embargo la LOCM estableció un plazo mínimo de “*seis meses desde la fecha de recepción del artículo de que se trate*”, excepto cuando lo impida la naturaleza del objeto o porque existan disposiciones legales o reglamentarias para bienes concretos.¹³⁴ La forma y documentación de la garantía debe ser por escrito con la firma o el sello del garante.

El art. 11.3 de la LGDCU establece el contenido mínimo de la garantía durante su tiempo de vigencia, esto es, los derechos mínimos de los consumidores. Así, se establece en primer lugar la facultad de una reparación gratuita del objeto, y en segundo lugar para el caso de que ésta reparación no sea satisfactoria y el objeto no revistiese las condiciones óptimas para cumplir el uso a que estuviese destinado se previene la sustitución del objeto o la devolución del precio pagado.¹³⁵ El apartado 5 del art. 11 de la LGDCU hace referencia al derecho del consumidor o usuario, en los bienes de naturaleza duradera, a un servicio técnico y a la existencia de repuestos durante un plazo determinado. Es una obligación que recae principalmente sobre el fabricante.¹³⁶

- **Derecho a la información y Derecho a la educación y formación**

El art. 13 de la LGDCU recoge el derecho subjetivo privado del

AVILÉS GARCÍA, J., “Garantía y conformidad...”, ob. cit., p. 596.

¹³⁴ Antes de la fijación legal de ese plazo de duración la doctrina, que había criticado esta laguna legal, venía interpretando que debía ser un plazo razonable según las circunstancias y la naturaleza del bien, ver GARCIA CANTERO G., “Comentario al art. 11 de la LGDCU” en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 379-380, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., “La defensa contractual...”, ob. cit., p. 219.

¹³⁵ Como así se ha dicho esta norma es claramente imperativa y no admite pacto en contrario, ver DUQUE DOMÍNGUEZ, J., “La protección...”, ob. cit., p. 77-80, ver GARCIA CANTERO G., “Comentario al art. 11 de la LGDCU” en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 3381-382, AVILÉS GARCÍA, J., “Garantía y conformidad...”, ob. cit., pp. 606-607.

¹³⁶ Así lo establece el art. 12.3 de la LOCM, por lo que la garantía postventa corresponderá al fabricante y para ellos se entrega el documento que lo acredita, por el cual el vendedor queda liberado de toda responsabilidad, ver AVILÉS GARCÍA, J., “Garantía y conformidad...”, ob. cit., pp. 625-632.

consumidor a ser informado sobre las características de los bienes y servicios.¹³⁷ La finalidad de este derecho es facilitar que el consentimiento que presta el consumidor al contratar un producto o servicio haya sido formado clara y reflexivamente.¹³⁸ A la hora de contratar el consumidor con el profesional, la posición del segundo es claramente privilegiada al basarse en los conocimientos relativos a la materia sobre la que versa el contrato, la única forma de equilibrar ambas posiciones es obligando al profesional a que informe al consumidor sobre las características del producto o servicio, previamente a la conclusión del contrato. Sin embargo tal y como se recoge en el art. 13 de la LGDCU el derecho a la información no sólo persigue la protección del consentimiento del consumidor, es decir en una fase precontractual; sino también en la fase de ejecución del contrato debe ser informado el consumidor sobre el modo de empleo del producto o servicio, y si fueran peligrosos, recibir instrucciones que prevengan el riesgo.¹³⁹

Sobre la información que deben llevar los productos y servicios, debemos decir que ésta se encuentra vinculada a las exigencias concretas de etiquetado, presentación y publicidad de los productos; y ha de ser una información veraz, eficaz y suficiente que ha de ir referida a las características esenciales de los bienes o productos. Las características esenciales que como mínimo deben estar

¹³⁷ El derecho a la información puede contemplarse desde una triple perspectiva: a) el contenido sustantivo del derecho, b) la apoyatura orgánica, c) la instrumentación específica de los medios públicos de comunicación social, ver BERMEJO VERA, J., "El derecho a la información de los consumidores y usuarios" en *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, pp. 83-97.

¹³⁸ Para PÉREZ GARCÍA la información debe ser exacta, completa y comprensible; exacta según la naturaleza del bien o servicio; completa recayendo sobre todos aquellos puntos que deban formar el consentimiento de la persona a la que se dirige y completa porque toda información debe ser comunicación entre dos partes, en *La información en la Contratación Privada*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, p. 75.

¹³⁹ Para PÉREZ GARCÍA la información a que hace referencia el apartado 1 del art. 13 de la LGDCU es de ejecución del contrato, ya que la información precontractual es la relativa a la oferta promoción o publicidad que se encuentra regulada en el art. 8 de dicha Ley, en *La información...*, ob. cit., p. 248. Sin embargo para ORTI VALLEJO la mayoría de las informaciones del art. 13 de la LGDCU son de carácter precontractual, aunque también tienen un cierto contenido normativo de carácter contractual, en "Comentario al art. 13 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 405-416.

comprendidas en la información, las que se refieren a la prestación que es objeto del contrato han sido clasificadas en ontológicas y funcionales. Características ontológicas serían el origen, naturaleza, composición, aditivos, calidad, categoría, denominación usual o comercial, fecha de producción, cantidad y riesgos previsibles; funcionales serían las informaciones concernientes al plazo para el uso o consumo y a la fecha de caducidad.¹⁴⁰

Además se establece en la LGDCU la creación de oficinas de información a los consumidores que pueden ser públicas o privadas, pero también de carácter general o especial según se ocupen de la información en un sector determinado, predominantemente los servicios, o que no sea de una materia específica de consumo.¹⁴¹

Por lo que atañe al derecho a la educación y formación, tienden a desarrollar el sentido crítico y la capacidad de juicio de los consumidores.¹⁴² La educación y la formación están en relación de medio a fin, ya que la primera tiende a conseguir una formación lo más acabada e integral posible de los consumidores y usuarios en orden a la acertada elección y a la correcta y responsable utilización de bienes o servicios.¹⁴³ Además las asociaciones de consumidores y usuarios deberán velar por la adopción efectiva por parte de los poderes públicos competentes, de cuantas medidas sean necesarias para el desarrollo de dicho derecho, y en especial, de las medidas expresamente previstas

¹⁴⁰ ORTI VALLEJO, A., "Comentario al art. 13...", ob. cit., pp. 414-416. Las exigencias de esta materia se establece en los reglamentos de etiquetado, presentación y publicidad de los productos y en las reglamentaciones y normativas aplicables en cada caso, tal y como establece el art. 13.2 de la LGDCU.

¹⁴¹ En cuanto a la información que deberán facilitar al consumidor estas oficinas, ver FONT I LLOVET, T. y PERDIGÓ I SOLÁ, J., "Comentario al art. 14 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 436-445.

¹⁴² Este derecho viene recogido en el art. 18 y 19 de la LGDCU, que no son de aplicación directa en las Comunidades Autónomas que constitucionalmente y en virtud de sus respectivos estatutos hayan asumido la competencia plena sobre la defensa de los consumidores y usuarios, ver GÓMEZ CALERO, J., *Los derechos...*, ob. cit., p. 154.

¹⁴³ La formación como noción distinta de la información y de la educación, no figura en el art. 51.2 CE ni tampoco en el art. 2.1 de la LGDCU.

en la LGDCU.¹⁴⁴ El apartado 1º del art. 18 de la LGDCU establece los objetivos que se persiguen mediante la educación y formación de los consumidores que han sido agrupados por la doctrina en dos grupos, el primero de los objetivos mediatos que buscan una formación del consumidor, que trascendiendo de la capacitación para la elección de bienes y servicios le permiten adquirir una conciencia propia ante el fenómeno del consumo, su significado social y su incidencia en otros ámbitos, como el medio ambiente y el aprovechamiento racional de los recursos naturales; el segundo de los objetivos inmediatos que son aquellos que pretenden facilitar la formación del consumidor en el momento de la compra o adquisición.¹⁴⁵

- **Derecho a la indemnización y reparación de los daños y perjuicios**

La responsabilidad civil del fabricante o del empresario comprende todos aquellos supuestos de producción de daños por la introducción de productos en el mercado o por la prestación de servicios. Se han producido importantes modificaciones legislativas en esta materia como consecuencia de la revolución industrial y tecnológica producida en la segunda mitad del siglo XX.¹⁴⁶ Además

¹⁴⁴ Ver BARBA VEGA, J., "El derecho a la educación y formación en materia de consumo", *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, p. 103.

¹⁴⁵ Los objetivos mediatos son los recogidos en los apartados a) y e) del art. 18.1 de la LGDCU, esto es "promover la mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes y en la utilización de servicios" y "adecuar las pautas de consumo a una utilización racional de los recursos naturales"; los objetivos inmediatos se establecen en los apartados b), c) y d) y son "facilitar la comprensión y utilización de la información", "difundir el conocimiento de los derechos y deberes del consumidor o usuario y las formas más adecuadas para ejercerlos" y "fomentar la prevención de riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de servicios", PULIDO QUECEDO, M., "Comentario al art. 18 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 476-479, BARBA VEGA, J., "El derecho a la educación...", ob. cit., pp. 102-103.

¹⁴⁶ La producción masiva de productos de un cierto nivel tecnológico y su consumo planteó la necesidad de establecer una normativa que promoviera la fabricación de productos más seguros, y en el caso de producirse el daño existiera un sistema de responsabilidad indemnizatoria que impute el daño a quien genera el riesgo; que además está en mejores condiciones de evitarlo y puede dispersarlo mediante la contratación de un seguro, RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil del empresario / fabricante (I)" en *Curso sobre Protección...*, ob. cit., p. 508.

del régimen general contenido en los arts. 1902 y siguientes del CC, el capítulo VIII de la LGDCU establece por primera vez en el Ordenamiento jurídico español un régimen de responsabilidad para el supuesto de *"los daños y perjuicios demostrados que en el consumo de bienes o en la utilización de productos o servicios se les irroguen"* (art. 25 LGDCU). Sin embargo el ámbito de aplicación de esta norma se ha visto reducido con la promulgación y entrada en vigor de la Ley 22/1994 de Responsabilidad civil por los Daños Causados por Productos Defectuosos¹⁴⁷ (en adelante LRCP), que deroga la aplicación del capítulo VIII de la LGDCU para los productos que se encuentren incluidos en su campo objetivo de aplicación, así que será el tipo de producto que cause el daño el cual determinará la aplicación de una norma u otra.¹⁴⁸ Vamos a ver de forma muy resumida las ideas generales del régimen de responsabilidad establecido tanto en la LRCP como en la LGDCU.

En primer lugar hay que hacer referencia a cuales son los sujetos protegidos, en el art. 25 de la LGDCU se consagra el derecho a la indemnización de los daños y perjuicios sufridos del *"consumidor y usuario"*, por lo que tendremos que remitirnos a lo vimos en el apartado 2.2.3 sobre el concepto de consumidor. Como vimos la figura del consumidor se define por una doble técnica positiva y negativa. Positivamente serán destinatarios finales todas las personas físicas o jurídicas, destinatarios directos o indirectos del uso o consumo,

¹⁴⁷ Esta norma nace como consecuencia de la trasposición de la Directiva del Consejo de la CEE de 25 de julio de 1985, la cual debe ser interpretada atendiendo a su proceso de elaboración y finalidades, como una Directiva rígida y no como un mínimo de protección a los consumidores que los Estados miembros de la Unión Europea pueden mejorar, ver VICENT CHULIÁ, *Introducción...*, ob. cit., pp. 103-104.

¹⁴⁸ El art. 2 de la LRCP enumera los productos a los que será de aplicación la norma, además la Disposición Transitoria Única de la LRCP determina que la misma será aplicable a los productos puestos en circulación tras la entrada en vigor de la Ley, lo que ha dado lugar a una mayor inseguridad jurídica por los diferentes regímenes jurídicos aplicables a la materia, unido todo ello a los defectos técnicos existentes en la tan criticada LGDCU, ver RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil...", ob. cit., pp. 508-509, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo VIII de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., pp. 661 y ss., PARRA LUCÁN, M. A., *Daños por productos y protección del consumidor*, Madrid, 1990, p. 307.

con independencia de que exista o no una relación jurídica con un empresario.¹⁴⁹ La delimitación negativa excluye a quienes adquieren un producto para integrarlo en un proceso de producción o distribución, es decir quedarán fuera del ámbito de la Ley el consumidor empresarial o profesional; en el caso de los bienes de doble uso, profesional y personal, habrá que tomar en consideración el uso preferente del bien.¹⁵⁰ Este ámbito subjetivo tan reducido de la LGDCU contrasta con el de la LRCP el cual se extiende a todo sujeto que haya sufrido un daño como consecuencia del defecto de un producto, con independencia de que pueda ser calificado o no como consumidor, en el caso de los daños personales. En cuanto a los daños materiales la protección queda reservada exclusivamente a los consumidores ya que el art. 10.1 de la LRCP exige un destino no empresarial del bien dañado.¹⁵¹

Son sujetos responsables a tenor de lo establecido en el art. 26 de la LGDCU el fabricante, importador, vendedor o suministrador de los productos de servicio; por tanto el sujeto dañado se puede dirigir contra cualquiera de ellos, pero no está claro si la acción puede ser ejercitada de manera conjunta contra más de uno, la deficiente técnica jurídica de esta norma parece impedir la acción colectiva y simultánea,¹⁵² si bien la doctrina y la jurisprudencia se manifiestan a favor de la solidaridad en la aplicación de la LGDCU, sin perjuicio de que alguno

¹⁴⁹ Quedarían excluidos de este concepto aquel sujeto que sufre un daño no por la realización de un acto de consumo, sino por razón de su proximidad o cercanía al producto, los denominados por la doctrina *bystanders*, ver ROJO FERNÁNDEZ-RIO, A., "La responsabilidad civil del fabricante en el Derecho español y en la Directiva 85/354/CEE" en *Curso sobre el Nuevo...*, ob. cit., p. 151. Por ello la doctrina ha propuesto una ampliación del concepto de consumidor a todo sujeto en contacto con el bien BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo...", ob. cit., p. 685.

¹⁵⁰ Por lo tanto la delimitación del ámbito subjetivo de la LGDCU se realiza sobre la base del parámetro objetivo del acto de consumo, que excluye los productos destinados a un acto de mercado, ver GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación del daño por productos. Introducción" en *Derechos de los Consumidores...*, ob. cit., p. 801-806.

¹⁵¹ El citado artículo establece un requisito objetivo: "*que la cosa dañada se halle objetivamente destinada al uso o consumo privados*" y otro subjetivo: "*y en tal concepto haya sido utilizada principalmente por el perjudicado*"; la norma es incluso más restrictiva ya que no cabe ni siquiera la protección del consumidor en el caso de que el bien dañado no esté objetivamente destinado al consumo privado a pesar de haber sido utilizado en este sentido, es decir, que se trate de un bien empresarial, RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil...", ob. cit., p. 522.

de los sujetos pueda eximirse de responsabilidad por concurrir alguna causa de inimputabilidad.¹⁵³ El art. 27 de la LGDCU establece también unas reglas especiales para situaciones específicas en el cual se establecen los criterios para determinar en cada caso los sujetos responsables.¹⁵⁴ La LRCP reduce el ámbito de los sujetos responsables que se focaliza en el fabricante, se excluyen los agricultores y ganaderos del concepto de productor, si bien a éste se le añaden otros que se le equiparan sin serlo, pero se hace por razones que dificultan la reclamación frente al fabricante real, estos serán el fabricante aparente, el importador y el suministrador o distribuidor en sentido estricto, que serán responsables de forma subsidiaria respecto del fabricante y sólo en aquellos casos en que el producto que importe haya sido fabricado por un productor no comunitario.¹⁵⁵ Además en el caso de concurrir varios sujetos responsables el art. 7 de la LRCP establece la solidaridad de los mismos.

Por lo que respecta al ámbito objetivo la LRCP declara inaplicables a la responsabilidad derivada de daños causados por productos muebles, incluyendo los incorporados a inmuebles, los arts. 25 a 28 de la LGDCU. Pero estos artículos quedan subsistentes para daños causados por inmuebles y servicios.¹⁵⁶ La LGDCU desarrolla dos sistemas de imputación de responsabilidad, en los arts. 25 a 27 se establece la responsabilidad por culpa, pero con inversión de la carga de la

¹⁵² Ver ROJO FERNÁNDEZ-RIO, A., "La responsabilidad...", ob. cit., p. 151.

¹⁵³ En estos casos de solidaridad se reconoce un derecho de repetición a quien paga frente a los demás obligados según su participación en la causación del daño, acerca de la responsabilidad solidaria en la LGDCU ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo...", ob. cit., pp. 710-711, GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación...", ob. cit., pp. 806-808, y STS sala 1ª de 8 de febrero de 1994, SAP de Valencia sec. 8ª de 24 de mayo de 1993, SAP de Sevilla de 14 de enero de 1993.

¹⁵⁴ Ver GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación...", ob. cit., pp. 808-813, RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil del empresario / fabricante (II)" en *Curso sobre Protección...*, ob. cit., p. 538.

¹⁵⁵ En contra VEGA GARCÍA, F. DE LA, *Responsabilidad civil derivada del producto defectuoso. Un estudio de la Ley 22/94 en el sistema de responsabilidad civil*, Madrid, 1998, pp. 110 y ss.

¹⁵⁶ Ver GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación...", ob. cit., pp. 859-868, RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil del empresario / fabricante (II)" en *Curso sobre Protección...*, ob. cit., pp. 535-536.

prueba, es decir, el sujeto responsable puede exonerarse de responsabilidad probando su falta de culpa.¹⁵⁷ El segundo sistema de responsabilidad objetiva se encuentra regulado en el art. 28 de la LGDCU, que parece ser absoluto ya que la simple producción del daño determina la responsabilidad del empresario, no quedando liberado por un comportamiento diligente del mismo sino solo en el caso de que el daño se produjera por el uso o consumo incorrecto del bien.¹⁵⁸ En la LRCP se establece también un régimen de responsabilidad objetiva pero no tan riguroso como el anterior ya que el perjudicado debe probar el daño sufrido y el defecto del producto dañoso, además el art. 6 de la LRCP recoge las causas de exoneración que destruyen la imputabilidad del daño o la antijuridicidad si el demandado puede probarlas.¹⁵⁹

Si bien además de estas disposiciones existe una larga lista de normas específicas destinadas a regular la responsabilidad civil por el desarrollo de determinadas actividades empresariales o no empresariales, por lo tanto los criterios jurídicos recogidos en la LGDCU y en la LRCP deben ser utilizados como criterios guía respecto a la interpretación de los preceptos de las otras disposiciones.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Pero antes de llegar a este punto los daños y perjuicios han de ser demostrados por el dañado, así como la relación entre el producto y el sujeto demandado y la relación de causalidad entre el daño y el consumo o uso del producto, lo cual contiene mayores dificultades de prueba para el perjudicado, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo...", ob. cit., pp. 689-698, PARRA LUCÁN, M. A., *Daños por productos...*, ob. cit., pp. 377-378, GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación...", ob. cit., pp. 821-834.

¹⁵⁸ En cuanto al ámbito objetivo de aplicación de éste régimen especial, el art. 28 de la LGDCU lo delimita conceptualmente y ejemplificativamente, si bien su ámbito de aplicación ha quedado reducido tras la entrada en vigor de la LRCP, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo...", ob. cit., pp. 690-691, PARRA LUCÁN, M. A., *Daños por productos...*, ob. cit., pp. 398-399, GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación...", ob. cit., pp. 835-837.

¹⁵⁹ Ver GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación...", ob. cit., pp. 870-879, RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil del empresario / fabricante (II)" en *Curso sobre Protección...*, ob. cit., pp. 523-526.

¹⁶⁰ Entre las disposiciones que también regulan la responsabilidad podemos citar la Ley 25/1964 de la Energía Nuclear, la Ley 48/1960 sobre navegación aérea, la Ley 20/1986 de Residuos tóxicos y peligrosos, el RD 44/1996 de 19 de enero sobre medidas para garantizar la seguridad general de los productos puestos a disposición del consumidor, etc.

2.3.- DERECHO TURÍSTICO

Como bien ha destacado la doctrina, no se puede hablar de Derecho Turístico como una rama independiente del ordenamiento jurídico, ya que carece de los principios propios, distintos de los que rigen e inspiran otras disciplinas jurídicas.¹⁶¹ El Derecho Turístico esta formado por un conjunto de normas que regulan la realidad socioeconómica que es el turismo, para conocer y resolver los problemas jurídicos que pretenden regular estas normas habrá que acudir a los principios y técnicas de Derecho Civil, Mercantil, Administrativo, Tributario, Internacional, e incluso el Derecho del Trabajo.¹⁶² Ahora bien, a pesar de que el turismo se puede examinar desde distintas ramas del Derecho, sí podemos decir que ese haz normativo posee una cierta sustantividad, ya que la finalidad de todas esas normas es regular esta actividad económica y para ello responde a unas características comunes distintas en ocasiones de otras ramas del Derecho. Así lo señala GARCÍA BRERA citando a GARRIGUES destaca "que nada tiene que ver con el comercio un viaje en ferrocarril que realiza una familia para salir de vacaciones. No obstante se somete al Código de Comercio",¹⁶³ por lo que se impone una regulación independiente para estas situaciones.

En este sentido la doctrina establece la posibilidad de que se establezca en

¹⁶¹ Ver PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., "Bases para la construcción de un nuevo Derecho Turístico" en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico, Málaga, 1998-99)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 196-197, GARCÍA BRERA, M. A., "Reflexiones sobre la sustantividad del Derecho Turístico" en *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, p. 9, BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 20-22.

¹⁶² Este carácter multidisciplinar del conjunto normativo que regula el turismo es similar a las normas reguladoras de los derechos de los consumidores y su configuración como una disciplina autónoma, sobre lo cual la doctrina tampoco ha llegado a un acuerdo, sobre la configuración del Derecho del Consumo ver FONT GALÁN, J. I., "La protección de los consumidores en el Derecho Privado: del viejo Derecho de los comerciantes al nuevo Derecho de los consumidores" en *Curso sobre el Nuevo...*, ob. cit., pp. 17-18, RUIZ MUÑOZ, M., "Introducción a la protección...", ob. cit., pp. 22-23.

¹⁶³ El texto de GARRIGUES corresponde a la obra *Instituciones de Derecho Mercantil* de 1953, ver GARCÍA BRERA, M. A., "Reflexiones...", ob. cit., p. 10.

un futuro en una disciplina autónoma evolucionando desde su condición actual de Derecho informativo, para pasar por la fase de Derecho excepcional, hasta su consagración definitiva como Derecho especial.¹⁶⁴ Siempre que previa delimitación de las características de este sector de la realidad se logre establecer unos principios o bases comunes sobre las que asentara la construcción del Derecho Turístico.¹⁶⁵ Se ha definido el Derecho Turístico como “el conjunto de principios, preceptos y reglas a que están sometidas las instituciones y relaciones nacidas del turismo, así como el Derecho que disciplina las personas, los bienes materiales e inmateriales, las actividades, los lugares y los contratos, en tanto se dedican o se refieren al turismo”.¹⁶⁶ Para ROBLES ÁLVAREZ DE SOTOMAYOR el Derecho Turístico es “el conjunto de normas jurídicas que se refieren a la actividad de las Empresas turísticas que se relacionan con sus clientes, proveedores y personal al servicio de la empresa mediante la conclusión de contratos”.¹⁶⁷

El Derecho Turístico se caracteriza por el nacimiento de nuevas instituciones ya que se trata de una industria absolutamente innovadora y en permanente desarrollo. Este conjunto normativo tiene como finalidad regular la calidad de los servicios prestados ya que la aparición del turismo de masas ha dado lugar a situaciones de inferioridad del turista como consumidor y a una expoliación del patrimonio y del medio ambiente. La Administración Pública ha intervenido regulando el mercado turístico, impidiendo situaciones de monopolio,

¹⁶⁴ QUINTANA CARLO, I. y SÁNCHEZ GIL, O., *Legislación turística básica*, Madrid, 1997, pp. 13-20.

¹⁶⁵ Ver PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., “Bases para la construcción...”, ob. cit., pp. 196-198, MARTÍN BERNAL, J. M., “¿El sector del turismo como rama independiente del ordenamiento?” en *Actualidad Administrativa*, nº 31, 2001, pp. 1101-1103.

¹⁶⁶ PÉREZ MORIONES, A., *El contrato de gestión hotelera*, Valencia, 1998, p. 85, MARTÍNEZ NADAL considera que el Derecho Turístico “ha de entenderse referido al sistema de ordenación de la actividad turística y de las relaciones entre los sujetos que intervienen en la misma”, en *El contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de contingente*, Barcelona, 1995, p. 12.

¹⁶⁷ En esta definición no hay cabida a la regulación de los bienes en los que se desarrolla esta actividad, en “El Derecho Turístico” en *Estudios de Derecho Mercantil en homenaje al profesor Antonio Polo*, Madrid, 1981, p. 921.

regulando los requisitos de establecimiento de las empresas, la protección de medio ambiente, la ordenación del territorio, la regulación del derecho de los consumidores, el otorgamiento de las necesarias ayudas y subvenciones, la formación académica de los profesionales, la protección del turista, etc.¹⁶⁸ Si bien este aumento de las facultades de la Administración se corresponde con una reducción de las facultades de los particulares y una restricción de la iniciativa privada, por otro lado también se produce una creciente huida del Derecho Administrativo hacia el Derecho Privado como medio de agilizar la gestión administrativa.¹⁶⁹

El estudio del contenido del Derecho Turístico se puede estructurar en una doble dimensión subjetiva y objetiva.¹⁷⁰ Subjetivamente se analizan las Administraciones Públicas competentes en la materia, los operadores turísticos o empresarios que ejercen la iniciativa privada y por último el turista como usuario de los servicios turísticos. Objetivamente se pueden analizar los bienes turísticos como son la protección de las costas o el patrimonio histórico artístico o el cuidado del medio ambiente; y los servicios turísticos, esto es, los transportes, alojamiento, restauración, o viajes combinados. Así podemos diferenciar tres sujetos protagonistas que serán el empresario, el turista y la Administración Pública, que realizarán una serie de actividades llevadas a cabo, en la mayor parte de los casos, a través de contratos; y para los cuales se utilizarán bienes de titularidad pública (como las playas, parques naturales, museos) o de titularidad privada (como hoteles, restaurantes, parques temáticos).¹⁷¹

¹⁶⁸ Por lo que se destaca el relevante interés público inherente a la materia, así la STS de 30 de noviembre de 1973 hace referencia al Derecho Turístico, al que califica como derecho "ex novo", encargado de disciplinar las necesidades y exigencias que el fenómeno turístico plantea, señala que "el Estado ha tenido que intervenir desde muy diversas perspectivas y actuaciones, de medidas de fomento, de policía, de servicios públicos, propios e impropios, y hasta de actividades consideradas como actividad industrial del Estado".

¹⁶⁹ Ver BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 24-25, GARCÍA MACHO, R., "La legislación turística ...", ob. cit., pp. 20-22.

¹⁷⁰ BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 22-24.

¹⁷¹ La problemática que surge de la regulación jurídica del turismo se debe a las siguientes circunstancias: la imprecisión del concepto de turismo, la celeridad del fenómeno turístico, la falta

Sin pretender hacer un análisis exhaustivo de la extensa normativa que engloba el Derecho Turístico, hay que destacar la dispersión legal debida a la producción normativa de las Comunidades Autónomas, el Estado y la Unión Europea y como la finalidad primordial de toda esta regulación es la protección de los turistas como consumidores y la protección de los bienes y destinos turísticos.¹⁷² Por lo tanto el contenido normativo del Derecho Turístico abarcaría dos grandes bloques de materias: por un lado, la relativa a la organización administrativa del turismo y a la acción administrativa de fomentar el turismo, junto con la ordenación administrativa de las empresas turísticas y el régimen disciplinario de la actividad turística (Derecho Público Turístico), y por otro, la regulación del estatuto jurídico de los sujetos particulares que participan en el tráfico turístico (empresas y turistas) y de las relaciones jurídico-privadas (contratos turísticos) establecidas en ellos (Derecho Privado Turístico).¹⁷³

La normativa aplicable a la actividad turística está formada por disposiciones legales y reglamentarias, tanto de origen comunitario, como estatal y autonómico.¹⁷⁴ Mas adelante veremos la regulación comunitaria del turismo, centrándonos ahora en la regulación estatal y autonómica.

Las primeras normas turísticas que se aprueban en España tienen como objeto conformar una estructura administrativa que favorezca la promoción de nuestro país como destino turístico. Con la publicación de la Ley 48/1963 de 8 de

de doctrina sobre este fenómeno, y la existencia de diversos factores ajenos al turismo pero que inciden en él directamente, ver ROCA ROCA, E., CEBALLOS MARTÍN, M. M. y PÉREZ GUERRA, R., *La regulación jurídica...*, ob. cit., pp. 24-25.

¹⁷² Ver GARCÍA MACHO, R., "La legislación turística...", ob. cit., pp. 32-36, BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 24-26, MARTÍNEZ NADAL, A., *El contrato...*, ob. cit., pp. 12-13.

¹⁷³ Sin embargo esta división no resulta tan clara ya que las figuras contractuales se encuentran conectadas con diferentes ordenamientos, ver AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción al Derecho Turístico*, Madrid, 2002, pp. 30-33.

¹⁷⁴ Los municipios también poseen competencias sobre el turismo, si bien han de ejercitarlas en el marco de la legislación autonómica, estas competencias están referidas a la promoción e información, otorgamiento de licencias de apertura, etc.; sin perjuicio de las ordenanzas municipales que incidan sobre algún sector turístico, ver ROCA ROCA, E., CEBALLOS MARTÍN, M. M. y PÉREZ GUERRA, R., *La regulación jurídica...*, ob. cit., pp. 70-71.

julio, sobre competencias en materia turística se inicia la historia del Derecho turístico español. Su contenido es bastante exiguo puesto que sólo consta de seis artículos, y a pesar de que no ha sido formalmente derogada, ha de cuestionarse su vigencia después de la instauración de un sistema de distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas por el que se atribuye la posibilidad de asumir estatutariamente la competencia exclusiva sobre ordenación turística (art. 148.1.18ª CE).¹⁷⁵

Mediante la ordenación de las empresas turísticas a través del Estatuto Ordenador de las Empresas y Actividades Turísticas Privadas recogido en el Decreto 231/1965 de 14 de enero (en adelante EOEAT), se creó los cimientos de lo que luego serían la mayoría de ordenaciones y reglamentaciones de las empresas turísticas.¹⁷⁶ El Estatuto define las empresas turísticas como aquellas empresas concebidas y orientadas esencialmente hacia el turismo.¹⁷⁷ Es a partir de las reglamentaciones turísticas existentes en cada caso y de los servicios que presten éstas con relación al turismo, en la forma como deberá determinarse la

¹⁷⁵ La finalidad principal de esta norma era establecer la potestad administrativa en materia de turismo ya que hasta la fecha las competencias administrativas en materia de turismo no habían sido suficientemente reguladas así para LUENGO la Ley de Competencias de 1963 supone la auténtica carta de naturaleza de la legislación turística española, en *Legislación Turística y Derecho Administrativo*, Madrid, 1992, p. 23; ver también PÉREZ GUERRA, R. y CEBALLOS MARTÍN, M. M., “A vueltas con el régimen jurídico – administrativo de la distribución de competencias en materia de Turismo y de otros títulos que inciden directamente sobre el mismo: el ejercicio de las competencias turísticas por la Comunidad Autónoma andaluza”, en *Revista Andaluza de Administración Pública*, nº 27, 1996, pp. 95-169; GUILLÉN GALINDO, M. A., “La distribución de competencias en materia turística entre el Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales. Especial referencia a las Comunidad Valenciana”, *Turismo I Congreso Universidad y Empresa 1999 (Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial)*, Valencia, 1999, p. 37-60.

¹⁷⁶ Existen normas anteriores al Estatuto ordenador de las empresas y actividades turísticas privadas, si bien se refieren a sectores concretos, ver GARCÍA MACHO, R., “La legislación turística...”, ob. cit., pp. 22-23.

¹⁷⁷ Por otro lado se consideran Actividades Turísticas privadas todas aquellas que de manera directa o indirecta se relacionen o puedan influir predominantemente sobre el turismo, siempre que lleven consigo la prestación de servicios a un turista, tales como las de transporte, venta de productos típicos de artesanía nacional, espectáculos, festivales, deportes, manifestaciones artísticas, culturales y recreativas, y especialmente las profesiones turísticas (art. 1.3)

naturaleza de las empresas.¹⁷⁸ Hay que destacar que el art. 8 del Estatuto establece el libre ejercicio de las actividades propias de las empresas turísticas pero sin olvidar que la concesión de la autorización para la apertura de cualquier establecimiento turístico es facultad de la Administración.¹⁷⁹ Este estatuto ha sido objeto de innumerables controversias ya que desde determinados sectores se propugna su derogación, si bien sería necesaria la actualización de los conceptos básicos contemplados en el mismo.¹⁸⁰ A partir de 1965 y en virtud de la Disposición Final 2ª del Estatuto Ordenador de las Empresas y Actividades Turísticas se aprueban distintas disposiciones reglamentarias destinadas a ordenar diversos sectores de la actividad turística.¹⁸¹

Después de la promulgación de la Constitución española de 1978 las Comunidades Autónomas adquieren la plenitud legislativa en materia de turismo¹⁸² y comienzan a legislar progresivamente en su ámbito territorial.¹⁸³

¹⁷⁸ Sin embargo la influencia del Estatuto en la legislación turística ha sido enorme y muchas de las reglamentaciones turísticas autonómicas se remitían al mismo como norma supletoria, BAYÓN MARINE, F., "La Legislación Turística" en *50 años...*, ob. cit., p. 307.

¹⁷⁹ Por consiguiente el principio de libertad de ejercicio de actividades no puede en ningún caso considerarse de carácter absoluto ya que precisa del cumplimiento de los requisitos reglamentarios correspondientes que en todo caso debe apreciar la Administración, la posterior legislación turística autonómica ha eliminado este requisito, ver AURIOLAS MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 41.

¹⁸⁰ Sin embargo la normativa autonómica no presenta muchas diferencias en cuanto a la calificación como empresas turísticas, ver ARCARONS SIMÓN, R., *Manual de Derecho Administrativo Turístico*, Madrid, 1999, pp. 132-133.

¹⁸¹ Orden de 17 de marzo de 1965 sobre ordenación turística de cafeterías, Orden de 28 de julio de 1966 sobre ordenación de campamentos de turismo, Orden de 28 de octubre de 1968 sobre ordenación turística de las ciudades de vacaciones, Orden de 19 de julio de 1968 sobre clasificación de los establecimientos de hostelería, Orden de 19 de junio de 1970 por la que se incluyen en la ordenación turística de restaurantes a cafés, bares, salas de fiesta, clubes y similares, etc.

¹⁸² Salvo las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla en las que sus Estatutos de Autonomía establecen que su competencia en materia turística comprenderá las facultades de administración, inspección y sanción, y en los términos que establezca la legislación general del Estado, el ejercicio de la potestad normativa reglamentaria; por lo tanto será necesaria que una norma estatal conceda potestad reglamentaria en esta materia como ya se realizó en la Disposición Adicional 3ª de la Ley 6/1998 de 13 de abril sobre régimen del suelo y valoraciones.

¹⁸³ En un principio la mayor parte de las normas eran de rango reglamentario a pesar de que la materia sobre la que se legislabla tenía una reserva de ley constitucionalmente establecida, acerca de la diferente regulación sobre turismo de las Comunidades Autónomas ver ROCA ROCA, E., CEBALLOS MARTÍN, M. M. y PÉREZ GUERRA, R., *La regulación jurídica...*, ob. cit., pp. 68-69.

Todas las Comunidades Autónomas, han dictado leyes de ordenación del turismo que regulan principalmente las sanciones administrativas, la libertad de empresa, consumidores y usuarios, medio ambiente y ordenación del territorio y urbanismo.¹⁸⁴ Las Leyes de Turismo autonómicas tienen una regulación muy similar ya que la mayoría tienden a reproducir el contenido de las anteriormente aprobadas por otras Comunidades Autónomas, casi todas regulan las relaciones de las distintas Administraciones de la Comunidad Autónoma, la ordenación y clasificación de las empresas, establecimientos y servicios turísticos, los derechos y obligaciones de las empresas y usuarios turísticos, la determinación de medidas e instrumentos de promoción y fomento del turismo y el régimen de disciplina turística (inspección, infracciones y sanciones).¹⁸⁵ Con la aprobación de estas leyes no serán aplicables en aquellas Comunidades Autónomas, la normativa estatal tanto preconstitucional como la dictada con posterioridad a la CE.¹⁸⁶

¹⁸⁴ Entre las finalidades que persiguen las Leyes de Turismo hay que destacar la promoción y protección de la imagen turística, la ordenación del territorio y los recursos naturales, planificación ordenada del turismo y introducción de nuevas empresas y actividades turísticas, ver CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R. y ROCA FERNÁNDEZ-CASTANYS, M.L., "Reflexiones sobre la ordenación legislativa de las Comunidades Autónomas: sus Leyes de Turismo", (*III Jornadas de Derecho Turístico, Málaga, 2000*) coord. AURILOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 197-199.

¹⁸⁵ Las distintas leyes de turismo que han promulgado las Comunidades Autónomas son las siguientes; la Ley 6/1994 de 16 de marzo de Ordenación del Turismo en el País Vasco; la ley 1/1999 de 12 de marzo de Ordenación del Turismo en la Comunidad de Madrid, la Ley 7/1995 de 6 de abril de Ordenación del Turismo de Canarias; la Ley 2/1997 de 20 de marzo del Turismo de Extremadura, la Ley 9/1997 de 21 de agosto de Ordenación y Promoción del Turismo de Galicia; la Ley 10/1997 de 19 de diciembre de Turismo de Castilla y León; Ley 8/1999 de 26 de mayo de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha; Ley 3/1998 de 21 de mayo de Turismo de la Comunidad Valenciana, Ley 5/1999 de 24 de marzo de Ordenación del Turismo de Cantabria, la Ley 2/1999 de 24 de marzo general turística de las Islas Baleares, Ley 12/1999 de 15 de diciembre normas reguladoras del turismo en Andalucía, Ley 11/1997 de 12 de diciembre normas reguladoras del turismo en la Región de Murcia, Ley 2/2001 de 31 de mayo de Turismo de la Rioja, Ley 13/2002 de 21 de junio de turismo de Cataluña, Ley 14/97 de 27 de noviembre de disciplina turística de Navarra, Ley 7/2001 de 22 de junio de Turismo en el Principado de Asturias y Ley 6/2003 de 27 de febrero de Turismo de Aragón.

¹⁸⁶ La mayoría son reglamentos que regulan cada una de las manifestaciones de la actividad turística como por ejemplo el RD 1634/1983 de 15 de junio sobre ordenación de los establecimientos hoteleros, RD 2877/1982 de 15 de octubre sobre ordenación de apartamentos y viviendas turísticas vacacionales, el RD 271/1988 de 25 de marzo por el que se regula el ejercicio de las actividades de agencia de viaje, la OM de 14 de abril de 1988 de normas reguladoras de las agencias de viaje, ver BAYÓN MARINE, F., "La Legislación...", ob. cit., pp. 317-323.

Por lo que se refiere a la libertad de empresa la mayoría de las Comunidades Autónomas la han regulado adaptándose a lo establecido en el art. 38 de la Constitución, estableciendo los criterios de ordenación de la actividad turística, definiendo lo que son las empresas turísticas, las clases de empresas turísticas, la calidad que deben tener las instalaciones y servicios que prestan e incluso algunas Comunidades han creado un registro de empresas turísticas.¹⁸⁷

El Estado no posee ninguna competencia directa en materia de turismo, además debido a la asunción de competencias exclusivas en esa materia por parte de las Comunidades Autónomas, tampoco se puede aplicar la cláusula de reserva residual del art. 149.3 CE para dictar normas reguladoras del turismo (STC 125/1984 de 20 de diciembre). El Tribunal Constitucional ha tenido que resolver varios conflictos de competencias planteados entre el Estado y las Comunidades Autónomas, afirmándose en diversas sentencias la competencia exclusiva de estas últimas en materia de turismo (STC 75/1989 de 21 de abril), pero admitiendo al mismo tiempo que el Estado se encuentra legitimado para dictar normas que indirectamente, afectan al turismo basándose en otros títulos competenciales como son los relativos a las "relaciones internacionales", las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica", el comercio exterior, etc.¹⁸⁸ Por ello se ha buscado una solución intermedia a través de la colaboración entre Estado y la Comunidades Autónomas, mediante la conciliación entre las competencias estatales sobre la ordenación económica del sector turístico y las competencias autonómicas exclusivas sobre ordenación y promoción del turismo

¹⁸⁷ Si bien esta regulación autonómica no puede ir en contra, en ningún caso, de la normativa estatal vigente, como ocurre en el caso de las agencias de viajes que pudiendo tener la forma de sociedad limitada o anónima se exige en algunos casos un capital social mínimo superior al establecido en la LSA, así lo declara la STS de 29 de abril de 1997 respecto al Reglamento dictado por la Comunidad de Madrid, ver BLAQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., 287-293.

¹⁸⁸ Ver STC 242/1999 de 21 de diciembre, STC 175/1995 de 5 de diciembre, STC 125/1984 de 20 de diciembre, STC 88/1987 de 2 de junio, STC 75/1989 de 21 de abril. Acerca de las cuestiones más importantes de estas sentencias ver GARCÍA MACHO, R., "La legislación turística...", ob. cit., pp. 26-29.

en sus respectivos ámbitos territoriales.¹⁸⁹

Por otro lado el legislador estatal posee competencias exclusivas en materia de legislación civil y mercantil, sobre cuya base se ha podido regular, mediante ley, el régimen jurídico de los viajes combinados y de los derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico.¹⁹⁰

2.4.- POLÍTICA COMUNITARIA EN MATERIA TURÍSTICA Y DE PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES

No se trata de hacer aquí un minucioso estudio de estas políticas comunitarias, en materia turística y de protección de consumidores, ni de ver de forma aislada cada una de ellas. Lo que haremos será tratar los aspectos más relevantes de cada una de ellas, para buscar así los puntos de contacto que han dado lugar a la aparición de la Directiva 90/314/CEE de 13 de junio de 1990 relativa a los viajes combinados y circuitos combinados (en adelante DVC). La propia DVC reconoce la coexistencia de ambas políticas entre las razones de su elaboración.¹⁹¹

¹⁸⁹ En este sentido en 1984 se constituyó la primera Conferencia Sectorial de Turismo que se han venido celebrando periódicamente y que posteriormente dio lugar la Plan FUTURES que diseña un esquema de cooperación entre la Administración Turística del Estado y las Administraciones Autonómicas, GARCÍA MACHO, R., "La legislación turística...", ob. cit., pp. 29-30.

¹⁹⁰ Ley 21/1995 de 6 de julio reguladora de los viajes combinados, Ley 42/1998 de 15 de diciembre sobre derechos de aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias.

¹⁹¹ Como ejemplo podemos mencionar el preámbulo de la DVC que dice lo siguiente "Considerando que la letra b) del punto 36 del Anexo de la Resolución del Consejo, de 19 de mayo de 1981, relativa a un segundo programa de la Comunidad Económica Europea sobre política de protección al consumidor (DOCE C 165, de 23.6.1981), invita a la Comisión a estudiar entre otras cosas, el tema del turismo y a presentar, en su caso, las oportunas propuestas, teniendo en cuenta su incidencia en la protección del consumidor y los efectos de las diferencias entre las legislaciones de los Estados miembros sobre el buen funcionamiento del mercado común"; y sigue "Considerando que, en la Resolución de 10 de abril de 1984 relativa a la política comunitaria de turismo (DOCE C 115, de 30.4.1984), el Consejo celebra la iniciativa de la Comisión de llamar la atención sobre la importancia del turismo y toma nota de las orientaciones iniciales de la

La relación existente entre estas políticas comunitarias puede analizarse desde dos puntos de vista, uno estrictamente jurídico y otro jurídico-económico, esto es, por un lado la protección jurídica del turista como consumidor de los diferentes servicios turísticos que componen el viaje combinado; y por otro lado el fomento del turismo dentro de la Comunidad Europea,¹⁹² a partir de la protección de los turistas en cuanto que consumidores. Con la finalidad puesta en la creación de un mercado interior donde se haga posible la libre prestación de servicios con un alto grado de competitividad, lo cual constituye uno de los objetivos primordiales de la Comunidad Europea.¹⁹³ De esta forma la protección de los consumidores se constituye en un medio para conseguir un fin “la efectiva realización del mercado interior, vinculada a la libre circulación de bienes y servicios y a la política de competencia”.¹⁹⁴ Por lo tanto comenzaremos con el análisis de la política de protección al consumidor como perspectiva desde la cual analizaremos con posterioridad la regulación del contrato de viaje combinado ya que aquella constituye el punto de referencia.

Comisión para una política comunitaria de turismo”.

¹⁹² Estas dos perspectivas constituyen una sola en la DVC, esto es, la jurídica-económica ya que el objetivo de la misma es favorecer la venta de viajes combinados, vacaciones combinadas y circuitos combinados dentro de la Comunidad Europea, pero no hace referencia la DVC al lugar donde se realicen esos viajes, por lo que podríamos preguntarnos si con esta norma se fomenta también el turismo dentro de la misma.

¹⁹³ Los arts. 2 y 3 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea hacen referencia a la consecución de un mercado común de los servicios.

¹⁹⁴ MORILLAS JARRILLO, M. J., “La protección de los consumidores en el Tratado de la Unión Europea” en *Actualidad Civil*, nº 30, 1994, p. 575. Aunque para REYES LOPEZ tanto la construcción del mercado interior como la protección de los intereses de los consumidores, son un objetivo dual de la política comunitaria, en “Algunas reflexiones sobre el Derecho del Consumo y la Directiva 374/85 sobre responsabilidad por productos defectuosos” en *Revista General de Derecho*, nº 556-557, 1991, p. 23.

2.4.1.- Evolución de la política comunitaria de protección de los consumidores

La política de protección hacia los consumidores¹⁹⁵ no está consagrada en el Tratado instituyente de la Comunidad Europea, Tratado de Roma de 25 de marzo de 1957; no obstante existen ciertas referencias al mismo, lo que da base jurídica para poder desarrollar una política al respecto. Así el art. 2 TCEE establece que el fin esencial de la Comunidad es *"la mejora constante de las condiciones de vida y de empleo de sus pueblos"*, su misión: *"promover mediante el establecimiento de un mercado común y por la aproximación progresiva de las políticas económicas en el conjunto de la Comunidad, una expansión continua y equilibrada, una estabilidad creciente, un acelerado aumento del nivel de vida y relaciones más estrechas entre los Estados que la forman"*. El transplante de la política de libre mercado a otras políticas produjo numerosas tensiones con las legislaciones de los Estados miembros por lo que fue apareciendo progresivamente una amplia legislación comunitaria de protección a los consumidores.

Si bien en una primera fase (entre 1957-1972) de creación de un mercado interior no se hacía necesario una política proteccionista de los consumidores, ya que la creación del Mercado Único supondría desde el punto de vista liberal, un aumento de los productos ofrecidos en el mercado, mejora de la calidad de los mismos y disminución de su precio.¹⁹⁶ Por el contrario la realidad ha sido diferente y el incremento y sofisticación de los productos ha dado lugar a una desinformación del consumidor, aumento de la distancia existente entre los

¹⁹⁵ Sobre dicha política ver COCA PAYERAS, M, "El Dret derivat de les Comunitats Europees en materia turística", *Llibre Blanc del Turisme a les Balears*, Palma de Mallorca, 1987, pp. 192 y ss. y "La protección jurídica del turista en el Derecho comunitario europeo", *Turismo y Defensa del Consumidor*, Palma de Mallorca, 1991, pp. 31 y ss.

¹⁹⁶ La elevación del nivel de vida, la apertura de los mercados y la lucha antitrust constituyen los objetivos básicos del Tratado de Roma que afectan a los consumidores, MATEU ISTURIZ, J. F., CEPAS PALANCA, R. y PEDERNAL PECES, M. J., *La Protección de los Consumidores y el Medio Ambiente en la Comunidad Europea*, Madrid, 1986, p. 17-18.

empresarios y los consumidores, impulso de los contratos de adhesión y la publicidad.¹⁹⁷

La Cumbre de Jefes de Estado celebrada en París en octubre de 1972 se invita a las instituciones comunitarias a redactar un programa de acción relativo a la defensa de los consumidores.¹⁹⁸ En 1975 el Consejo adopta la Resolución de 14 de abril aprobando el Programa preliminar de la Comunidad Económica Europea para una Política de protección e información de los Consumidores publicado en el DOCE el 25 de abril de 1975. Si bien esto se puede considerar como el inicio, hay que indicar que en una fase anterior de la CEE se produjeron algunas iniciativas dirigidas a la toma en consideración de los intereses de los consumidores, existiendo en esa época, desde 1962 a 1972 el Comité de contacto con los consumidores de la Comunidad Europea, que representaba en la CEE a los intereses de los consumidores, creándose en 1968 el “Servicio especializado para las cuestiones relativas a los consumidores”.¹⁹⁹

En una segunda fase (1972-1982) con el diseño de la Europa de los ciudadanos la protección al consumidor se aprueba, como ya hemos dicho, el Programa Preliminar para una política de protección e información a los consumidores (Resolución del Consejo de 14 de abril de 1975), en el que se reconocen cinco derechos básicos de los consumidores, derecho a la protección de la salud y la seguridad, derecho a la protección de los intereses económicos, derecho a la indemnización por daños sufridos, derecho a la información, derecho a la educación y representación.²⁰⁰ Sin embargo los resultados del Programa

¹⁹⁷ Ver BOURGOIGNIE, Th., "European Community consumer law: actual achievements and potentials for the futur" en *European consumer law (prospects for integration of consumer law and policy within the European Community)*, Louvain-la-Neuve, 1982, p. 33-39.

¹⁹⁸ Se propuso acercar las políticas e instituciones comunitarias a los problemas de los ciudadanos, así el comunicado final de la Cumbre de París en su punto 6, pide a los órganos comunitarios el establecimiento de medidas tendentes a reforzar y coordinar las acciones dirigidas a proteger a los consumidores, MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., *Derecho Comunitario y Protección de los Consumidores*, Madrid, 1990, pp. 27-28.

¹⁹⁹ Sobre las funciones y composición del Comité ver MATEU ISTURIZ, J. F., CEPAS PALANCA, R. y PEDERNAL PECES, M. J., *La Protección...*, ob. cit., pp. 24-35.

²⁰⁰ Como señala BOURGOIGNIE el Programa Preliminar supone un claro cambio de actitud frente

Preliminar no fueron los esperados, debido a la crisis económica, la dificultad para llegar a acuerdos entre los Estados miembros, la dualidad de objetivos de la política comunitaria, las diferencias entre los sistemas jurídicos de los Estados, y otros problemas.²⁰¹ El referido Programa preliminar no consideró al consumidor como simple usuario, sino *"como una persona interesada en los diferentes aspectos de la vida social que pueden afectarle directa e indirectamente como consumidor"*. Este paso se da en una etapa de la CEE en la que se inician las bases de la Europa de los ciudadanos, suponiendo con ello una actitud cambiante de la anterior concepción de la Europa productiva y mercantil.

Dentro de esta segunda fase el Consejo de Ministros aprobó el 19 de mayo de 1981 el Segundo Programa (DOCE C 133, de 3 de junio de 1981) con el fin de realizar una política de protección y de información buscando contribuir a la creación de condiciones para un mejor diálogo entre consumidores y productores-distribuidores. Se pretende *"asegurar la continuidad de las acciones ya emprendidas y a emprender nuevas tareas para los años 1981-1986"*. En él se actualizan los contenidos del anterior programa y da mayor eficacia a la política comunitaria en la defensa de los consumidores.²⁰² Destaca en el contenido del anexo a esta resolución el punto 36 b), que la DVC dice haber considerado en su elaboración. En este punto, titulado *"servicios comerciales no relacionados con productos"*, se reconoce que uno de ellos es el turismo considerado de particular

a la visión productivista de la Comunidad Económica Europea y su concepto restringido de consumidor, en "European Community consumer...", ob. cit., p. 42.

²⁰¹ En este periodo hay que mencionar la sentencia Cassis de Dijon del Tribunal de Justicia Europeo, que admite la compatibilidad con el art. 30 del Tratado de la Comunidad Económica Europea de las reglamentaciones comerciales y técnicas de los Estados miembros susceptibles de crear trabas a la libre circulación de mercancías, cuando dichas reglamentaciones son necesarias para satisfacer exigencias imperativas derivadas de la protección de los consumidores, acerca de la doctrina jurisprudencial surgida de este caso ver MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., *Derecho Comunitario...*, ob. cit., pp. 94-107.

²⁰² Además la Resolución del Parlamento Europeo de 14 de febrero de 1984, sobre el proyecto de Tratado de la Unión Europea, contribuía a la formación de una política comunitaria de protección de los consumidores, ver MÉNDEZ PINEDO, E., *La protección de los consumidores en la Unión Europea. (Hacia un Derecho procesal comunitario de consumo)*, Madrid, 1999, pp. 53-54.

importancia por cuanto confluyen en él necesidades de los consumidores, individual y colectivamente considerados.

En el documento "Necesidad de un nuevo impulso para la política de protección de los consumidores" presentado el 4 de julio de 1985 por una comisión, se realiza un análisis crítico en el que se presentan a la crisis económica sufrida por diversos miembros comunitarios y las dificultades en el reparto de competencias sobre protección de los intereses económicos de los consumidores, como las causas que dificultaron la aplicación de este último programa.²⁰³ Como consecuencia el Consejo aprueba una nueva resolución el 23 de junio de 1986 (DOCE, C 167, de 5 de julio de 1986) relativa a la orientación de la política comunitaria de la Comunidad Económica Europea para la protección y el fomento de los intereses de los consumidores.²⁰⁴ Tres eran los objetivos principales de esta resolución, el primero es que *"los productos vendidos en la Comunidad debían responder a normas de sanidad y seguridad aceptables"*, el segundo *"los consumidores debía estar en condiciones de beneficiarse del Mercado Común"*,²⁰⁵ el tercero *"los intereses de los consumidores deberían tomarse en consideración en las otras políticas de la Comunidad"*.²⁰⁶ En este sentido se precisaba un

²⁰³ Acerca de las causas del fracaso del Segundo programa y las tareas a realizar para solucionarlo ver el análisis realizado de este documento MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., *Derecho Comunitario...*, ob. cit., pp. 34-36, COCA PAYERAS, M., "La protección jurídica...", ob. cit., pp. 31-33.

²⁰⁴ En esta resolución el Consejo hace suyos "los objetivos del programa Nuevo impulso, especialmente los que aspiran a garantizar un alto nivel de protección de la salud y la seguridad de los consumidores y aumentar la posibilidad de beneficiarse del mercado comunitario". Sin embargo para M.-Ch. HELOIRE el contenido de esta resolución parece escaso y excesivamente vago, en "Politique communautaire à l'égard des consommateurs: les conditions d'une impulsion nouvelle", *Revue européenne de droit de la consommation*, 1987, nº 1, p. 10.

²⁰⁵ En este objetivo encontramos de nuevo una referencia al turismo, ya que la actividad a desarrollar va desde una protección contra cláusulas abusivas en la contratación hasta la elaboración de un programa de acción en materia de turismo, ver Resolución (86/C 167/01), pp. 10-15.

²⁰⁶ Por lo tanto en vez de realizar una política de protección a los consumidores como una política sectorial de la CEE, se llega a la conclusión de que todas las políticas comunitarias deben tener como finalidad la protección del consumidor, en este sentido la Comunicación de la Comisión relativa a la acción comunitaria en el sector del Turismo, establece que los ejes de la intervención de la política comunitaria serán principalmente: la información, la coordinación, la protección y la seguridad del turista, que es información, coordinación, protección y seguridad de un consumidor,

calendario para este conjunto de actuaciones que, en términos generales, no se cumplió con especial rigurosidad.²⁰⁷ De esta época son: la Directiva 84/450/CEE de 10 de septiembre de 1984, sobre aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa; la Directiva 85/374/CEE de 25 de julio de 1985 que armonizó las disposiciones de los Estados miembros en materia de responsabilidad por daños causados por productos defectuosos; la Directiva 85/577/CEE de 20 de diciembre de 1985 relativa a la protección de los consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales; la Directiva 87/102/CEE de 22 de diciembre de 1986 sobre crédito al consumo.

Con la entrada en vigor del Acta Única Europea (AUE) con la que entre otras consecuencias propone la sustitución de la regla de unanimidad por la de mayoría en la adopción de decisiones comunitarias, lo que le puede dar cierta agilidad en la adopción de decisiones en el Consejo, pero no presupone ello el dotar a este Consejo de unos medios jurídicos que logren una política comunitaria de protección a los consumidores más eficaz que la anteriormente seguida, como se puede desprender de la escasa referencia que en el Acta Única se hace a la protección de los consumidores, que se encuentra únicamente en el nuevo artículo 100 A3 Tratado de la Comunidad Económica Europea (en adelante TCEE).²⁰⁸ Sin embargo el AUE no reconoce una política específica de protección a los consumidores.²⁰⁹

ver KRÄMER, L., *EEC Consumer Law*, Bruxelles, 1986, pp. 373 y ss.

²⁰⁷ La misma opinión mantienen MÉNDEZ PINEDO, E., *La protección...*, ob. cit., p. 54, ESPLUGUES MOTA, C. A. y PALAO MORENO, G., "Las Comunidades Europeas y la protección de los consumidores", *Revista General de Derecho*, nº 586-587, 1993, p. 6765.

²⁰⁸ "La Comisión, en sus propuestas previstas en el apartado 1 referentes a la aproximación de las legislaciones en materia de salud, seguridad, protección del medio ambiente y protección de los consumidores, se basará en un nivel de protección elevado", artículo este que resalta una de las dificultades más importantes del sistema comunitario en la protección de los consumidores y que ya hemos señalado antes; la diferente legislación de cada país comunitario y la necesidad de armonizarlas, ver COCA PAYERAS, M., "La protección jurídica...", ob. cit., pp. 31-32.

²⁰⁹ A diferencia de la política comunitaria de protección del medio ambiente cuyo nacimiento y desarrollo se encuentra unido a la política de protección de los consumidores, aquella sí se

Una tercera fase en el proceso de concienciación de protección del consumidor tiene lugar con la Resolución del Consejo de 9 de noviembre de 1989 (DOCE C 294, de 22 de noviembre de 1989) sobre futuras prioridades para el relanzamiento de la política de protección del consumidor. Aquí hay referencias muy relevantes sobre la necesidad de una política de protección al consumidor específica para lograr los objetivos que se mencionaban por vez primera en el programa preliminar.²¹⁰ Y añade que es necesario traducir tales objetivos en una protección efectiva que puede exigir medidas de armonización. Toma así una posición prioritaria la protección del consumidor, pasando a considerarse, igual que en la resolución inmediata anterior, que la armonización dirigida a favorecer la competencia y la consecución del mercado interior debe beneficiarse a los consumidores. En el anexo de la Resolución se destaca el punto 4 dedicado al acceso a la justicia por parte de los consumidores y la búsqueda de soluciones rápidas y eficaces en este ámbito.²¹¹ Las acciones recogidas en esta Resolución fueron posteriormente articuladas en el Plan trienal de acción sobre política de consumidores en la CE (1990-1992).²¹² Los temas centrales del Plan trienal son la representación y participación activa, información del consumidor, seguridad, y un marco jurídico uniforme para las transacciones transfronterizas.

Lo que hemos visto hasta aquí pueden considerarse los antecedentes políticos de la DVC, de lo cual podemos destacar la especial consideración de los

encuentra recogida en el AUE, acerca de la situación en la que queda la política de protección de los consumidores tras la entrada en vigor del AUE ver MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., *Derecho Comunitario...*, ob. cit., pp. 37-40.

²¹⁰ Las acciones a tomar son: "1. Integrar la política de protección y fomento de los intereses de los consumidores en otras políticas; 2. mejorar la representación de los consumidores en el plano comunitario; 3. fomentar la seguridad general de los productos y de los servicios y la mejora de la información sobre la calidad de los productos y de los servicios; 4. instigar a los Estados miembros a que faciliten el acceso a la justicia, sin perjuicio de las disposiciones nacionales al respecto". Como señala MÉNDEZ PINEDO la lista de objetivos recogida en esta Resolución no es exclusiva de la misma sino que ya estaban incluidos en planes anteriores, en *La protección...*, ob. cit., pp. 54-55.

²¹¹ Ver ESPLUGUES MOTA, C. A. y PALAO MORENO, G., "Las Comunidades...", ob. cit., pp. 6766-6767.

²¹² Doc. COM (90) 98 final, Bruselas, de 3 de mayo de 1990.

derechos de los consumidores, como la protección de bs intereses económicos, la reparación de los daños o la representación; en la realización de directivas dirigidas a la consecución del mercado interior.²¹³ En el caso de los viajes combinados se considera de especial importancia la protección de los consumidores no sólo por la posición de debilidad que tiene el turista, sino, como veremos, por el peso específico que tiene el turismo como actividad económica dentro de la Comunidad Europea.²¹⁴ Todo lo dicho hasta ahora se recoge en el preámbulo de la DVC, se reconoce que la protección de los consumidores llevada a cabo en la misma tiene como finalidad incrementar las ventas de las agencias de viaje dentro de la Comunidad, lo cual refleja el pensamiento puramente mercantilista. Pero tampoco hay que perder de vista la protección del consumidor a la hora de interpretar la DVC, ya que cuanto más protegido se encuentre y más facilidad tenga su acceso a la justicia, aumentará de un modo proporcional la adquisición de viajes combinados dentro del la Comunidad Europea, y en consecuencia la oferta de los tour operadores, produciéndose una mayor competitividad y mejora del mercado interior.

Por último, dentro de la política de protección de los consumidores habría un segundo momento correspondiente no ya a los antecedentes de la DVC, pero que debe tomarse en consideración para la interpretación de la misma de acuerdo con esta etapa.

²¹³ En esta época se publican una serie de Directivas al respecto: en materia de protección física de los consumidores la Directiva 89/397/CEE de 14 de junio de 1989 relativa al control oficial de productos alimenticios, la Directiva 87/357/CEE de 25 de junio de 1987 que reguló los productos de apariencia engañosa que ponen en peligro la seguridad o la salud de los consumidores, la Directiva 88/378/CEE de 3 de mayo de 1988 en cuanto a seguridad de los juguetes; en materia de protección de los intereses económicos de los consumidores es destacable la Directiva 87/102/CEE sobre crédito al consumo y por supuesto la Directiva de 13 de junio de 1990 relativa a viajes combinados. Acerca de algunas de estas Directivas ver GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, A., "La protección de los consumidores en al CEE", *Estudios sobre Consumo*, nº 17, 1990, pp. 104-114.

²¹⁴ Hay que destacar la reconsideración del Comité Económico y Social en el Dictamen sobre la acción comunitaria en el sector del Turismo (DOCE C 328, de 22 de diciembre de 1986) sobre lo que dijo ya en 1983 respecto a que el turismo se convertiría en el año 2000, o antes, en la mayor "Actividad económica de la Comunidad". Esta predicción también la recoge SANTOS ARREBOLA citando a CHEW, en "Las nuevas tendencias...", ob. cit., p. 29.

Esta segunda etapa comienza con el Tratado de la Unión Europea (Maastricht 7 de febrero de 1992 en adelante TCE) en el que se consolida la política comunitaria de protección a los consumidores.²¹⁵ Concretamente el art. 3 TCE señala que para alcanzar los fines previstos en el art. 2, la acción de la Comunidad implicará, en las condiciones y según el ritmo previsto en el presente Tratado, "una contribución al fortalecimiento de la protección de los consumidores". Dicha acción se materializa en el Título XI TCE art. 129.A) sobre "Protección de los consumidores".²¹⁶ Este artículo reconoce, sin embargo, que la política comunitaria en materia de protección de los consumidores no es nueva pues habla de apoyar y complementar la política llevada a cabo por los Estados miembros. La finalidad de esta acción comunitaria es alcanzar "un elevado nivel de protección de los consumidores";²¹⁷ finalidad que se consigue a través de estos medios:

- Medidas comunitarias adoptadas en virtud del art. 100.A) en el marco de la consecución del mercado interior, con lo cual el Tratado hace suya la regulación del Acta Única.

²¹⁵ Lo cual viene a confirmar la voluntad de las Instituciones comunitarias por desarrollar "una política activa y global de protección de los consumidores en el ámbito comunitario" tal y como expresa BOURGOIGNE, Th., "Droit et politique communautaire de la consommation: de Rome à Amsterdam", *Revue Européenne de Droit de la Consommation*, nº 3, 1997, p. 1997.

²¹⁶ Señala BOTANA GARCÍA que el art. 129 A del TCE presenta dos posibilidades respecto a la política comunitaria a favor de los consumidores: por un lado la adopción de medidas dirigidas a la realización del mercado interior (apart. 1. a); y de otro lado, la protección directa de intereses de los consumidores (apart. 1. b), en "Incidencia de los instrumentos de Derecho comunitario en la protección de los consumidores", *Actualidad Civil*, nº 3, 1993, p. 59, ver también CABELLO DE LOS COBOS Y MANCHA, L. M., "Derecho comunitario y protección de los consumidores" en *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, nº 620, 1991, pp. 201-202.

²¹⁷ Esta expresión recogida en el art. 100. A del TCE ha sido calificada por la doctrina como ambigua y falta de concreción, MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., *Derecho Comunitario...*, ob. cit., p. 118, GUZMAN ZAPATER, M., "El Acta Única Europea, la concreción del mercado interior y la protección de los consumidores: algunos problemas fundamentales", *La Ley Comunidades Europeas*, suplemento nº 33, p. 3.

- Acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembros a fin de proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores y garantizarles una información adecuada.²¹⁸

A finales de julio de 1993 la Comisión aprueba el Segundo Plan Trienal de Acción sobre protección de los consumidores cuyo subtítulo era "Poner el mercado único al servicio de los consumidores europeos".²¹⁹ Se pretende con este plan, por un lado impulsar normas ya previstas en otros planes y programas que no se hayan aprobado; por otro centrar la actuación comunitaria en nuevos aspectos determinantes para la confianza del consumidor en el Mercado Interior como la información, el acceso a la justicia y la salud y seguridad de los mismos.²²⁰ Por lo que nosotros nos interesa, este cambio de posición de la protección de los consumidores²²¹ debe manifestarse en la interpretación de la DVC, de modo que si aparecieran intereses contrapuestos prevalezca aquello que beneficie al consumidor, ya que la política comunitaria está dirigida en este sentido.

El 23 de abril de 1996 se establece lo que se puede denominar el tercer plan trienal, la comunicación de la Comisión que fija las prioridades de la política de consumidores para el período 1996-1998.²²² En esta se destaca la necesidad de aplicar la legislación vigente, tomar en cuenta los intereses de los consumidores en el sector de los servicios financieros y en el campo de los servicios públicos, además se presta una especial atención a la calidad y seguridad de los alimentos,

²¹⁸ Ver MORILLAS JARRILLO, M. J., "La protección...", ob. cit., p. 591, MICKLITZ, H. W. y WEATHERILL, ST., "Consumer Policy in the European Community: Before and After Maastrich", *Journal of Consumer Policy*, nº 16, 1993, p. 285, y ss.

²¹⁹ Documento COM (93) 378 final, de 28 de julio de 1993.

²²⁰ Se produce un relanzamiento de la política de protección del consumidor que deja de ser un medio y se convierte en un objetivo, ver MORILLAS JARRILLO, M. J., "La protección...", ob. cit., p. 597.

²²¹ Esta evolución de la política de protección de los consumidores coincide con las dos etapas que ha diferenciado MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, una primera fase denominada "la Europa de los mercaderes" y una segunda fase "la Europa de los ciudadanos", *Derecho comunitario...*, ob. cit., pp. 22 y ss.

²²² Documento COM (95) 519 final, de 31 de octubre de 1995.

por otro lado se establece la necesidad de desarrollar medidas en lo referente a la educación y formación de los consumidores para aprovechar las ventajas de la sociedad de la información, y ayudar a los países de Europa central y oriental a desarrollar políticas de consumidores.²²³ El Tratado de Ámsterdam, sin modificar estas orientaciones, da un nuevo impulso a la política de los consumidores, mejorando las disposiciones existentes en el art. 129 A), aclara los objetivos de la Comunidad, además de establecer que los intereses de los consumidores deben ser tenidos en cuenta a la hora de definir y ejecutar las demás políticas comunitarias.²²⁴

No obstante debido a la crisis provocada por la encefalopatía espongiforme bovina o enfermedad de las vacas locas se ha hecho hincapié sobre todo en la salud del consumidor y en la seguridad alimentaria. Esto motivó la reestructuración de los servicios sobre protección de la salud alimentaria y la atribución de nuevas competencias a la Dirección General de la política de los consumidores y de protección de la salud (DG XXIV). Se crean un conjunto de comités científicos²²⁵ al objeto de vigilar y anticipar la aparición de riesgos para la salud de los consumidores.

En este contexto se adopta el Plan de acción sobre política de los consumidores 1999-2001²²⁶ y el Marco general para las actividades comunitarias a favor de los consumidores 1999-2003.²²⁷ En los cuales se definen tres grandes ámbitos de intervención: la representación y la educación de los consumidores, la salud y la seguridad de los consumidores y los intereses económicos de los

²²³ Ver GUILLÉN CARAMÉS, J., "Perspectivas de la política comunitaria de protección de los consumidores: reflexiones a propósito de la reestructuración de la Dirección General de política de los consumidores y de protección de la salud", *Estudios sobre Consumo*, nº 47, 1998, pp. 54-55.

²²⁴ Sobre la protección de los consumidores en el Tratado de Ámsterdam ver BOURGOIGNIE, Th., "Droit et politique communautaire de la consommation: de Rome à Amsterdam", *Revue Européenne de Droit de la Consommation*, nº 3, 1997, p. 197 y ss.

²²⁵ Se han adscrito a esta Dirección General ocho comités nuevos en sustitución de los comités científicos encargados de la protección de la salud de los consumidores, ver GUILLÉN CARAMÉS, J., "Perspectivas...", ob. cit., pp. 59-62.

²²⁶ Documento COM (1998) 696 final, de 1 de diciembre de 1998.

²²⁷ Documento DO L 34, de 9 de febrero de 1999.

consumidores. Este último hace algunas menciones reveladoras de cara a la aplicación de la legislación vigente, que basada en una clara delimitación de responsabilidades, tiene que afrontar el desafío de los cambios que la tecnología está produciendo en la comercialización y venta de servicios. Entre esos servicios se alude expresamente a los constituidos por los viajes. Los cambios que se producen tienen que ver con la prestación de servicios cada vez más personalizado y la cada vez más difícil distinción entre las empresas que trabajan juntas, con la consiguiente dificultad en la delimitación de responsabilidades y en la atribución de la misma.

Hay que destacar también el Informe de la Comisión relativo al el Plan de acción sobre política de los consumidores 1999-2001 y el Marco general para las actividades comunitarias a favor de los consumidores 1999-2003,²²⁸ en el que se realiza una visión global del estado de aplicación de los ámbitos políticos identificados en el plan de acción; se destaca la realización de algunos progresos en los ámbitos tradicionales de la política de consumidores y también se ha defendido los intereses de éstos en ámbitos nuevos como el del comercio electrónico.²²⁹ Tras este informe la Comisión presenta una comunicación en la que se establece la estrategia en materia de política de los consumidores 2002-2006,²³⁰ que se podría denominar el nuevo plan de acción y establece tres objetivos cuya finalidad es integrar las preocupaciones de los consumidores en otras políticas de la Unión Europea, optimizar las ventajas del mercado interior para los consumidores y preparar la ampliación de la Unión Europea. Los tres objetivos son:

- un alto nivel de protección de los consumidores

²²⁸ Documento COM (2001) 486 final, de 23 de agosto de 2001.

²²⁹ En este sentido se aprueba la Directiva 2002/22/CE de 7 de marzo de 2002 relativa al servicio universal y los derechos de los usuarios en relación con las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas.

²³⁰ Documento DOC 137, de 8 de junio de 2002.

- la aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores
- la participación de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias

De todo ello hay que destacar el objetivo primero ya que dentro del mismo se hace referencia a la legislación sobre los intereses económicos de los consumidores, sobre la que se prevé una revisión de la legislación comunitaria existente y en concreto, por lo que a nosotros nos interesa, se propone una revisión de la DVC entre los años 2003-2004, para corregir las deficiencias existentes en la misma.

2.4.2.- Evolución de la política comunitaria en materia turística

El TCEE no contiene ninguna referencia específica al turismo,²³¹ las decisiones del Consejo debían basarse en el art. 235 por el cual este órgano toma las medidas apropiadas si una acción se revela necesaria y si el tratado no ha previsto los poderes elementales. El recurso del artículo 235 del tratado CEE permite, sin que una verdadera revisión del tratado sea necesaria, llenar las lagunas que pueden aparecer entre los objetivos declarados de la Comunidad y los poderes atribuidos a las instituciones para realizarlos.²³² Esta disposición atribuye

²³¹ El art. 2 del Tratado de la CEE considera para la Comunidad dos misiones esenciales cuyo cumplimiento podría ser facilitado por una acción común en el turismo, se trata respectivamente de "establecer los fundamentos de una unión siempre más estrecha entre los pueblos europeos" y de "promover un desarrollo armonioso de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad, una expansión continua y equilibrada, así como unas relaciones más estrechas entre los Estados que la integran", dos tareas a cuya realización el turismo contribuye de un modo importante, ver EUDE, J.C., "La CEE et le tourisme", *Les Cahiers d'Espaces*, nº 13, 1989, pp. 7-8.

²³² Ver GÓMEZ DE LA CRUZ TALEGÓN, C., "Normativa comunitaria en materia turística y su aplicación por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas...*, ob. cit., pp. 40-42, FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística de

también una competencia material, ahí donde el tratado no prevé más que competencias formales, en el caso en que las competencias previstas por el tratado no son apropiadas al objetivo esperado. Aprovechando las virtualidades del tratado, ella ha contribuido al arranque de las políticas nuevas, como la de medio ambiente para la cual no se había previsto en el tratado ningún poder de acción.²³³ Por tanto no es sorprendente que en materia de turismo hallamos considerado utilizar esta base jurídica. Así el Consejo, en su decisión del 22 de diciembre de 1986²³⁴ por la que instituye un procedimiento de deliberación en el campo del turismo, se basa en "el Tratado de la Comunidad Económica Europea, y principalmente su artículo 235".

Al turismo se aplican las disposiciones relativas a la libre circulación de personas, mercancías y servicios, a las pequeñas y medianas empresas y a la política regional.²³⁵ Las medidas tomadas en materia turística se basan en la importancia económica de este fenómeno, ya que la Unión Europea es la primera región turística del mercado y este sector representa un 5% de su PIB y del empleo.²³⁶ Por un lado, existen grandes compañías aéreas y tour operadores en la parte norte de la Unión Europea, y por otro lado, los mercados en los Estados miembros del sur están caracterizados por pequeñas y medianas empresas, particularmente en el sector hotelero. Los turistas vienen, en general, del norte de la Unión Europea y pasan sus vacaciones en la zona mediterránea. Los Estados

la Unión Europea" en *III Jornadas sobre Derecho y Turismo...*, ob. cit., pp. 15-17.

²³³ La Comisión en el Memorándum de 1971, ya consideraba que el art. 235 era el más adecuado para fundamentar la política de medio ambiente, además la declaración final de la Cumbre de París, los jefes de Estado y de Gobierno estiman que dicho artículo debe ser utilizado, al igual que las demás disposiciones de los tratados, lo más ampliamente posible. Sobre la utilización del art. 235 del TCEE ver, MATEU ISTURIZ, J. F., CEPAS PALANCA, R. y PEDERNAL PECES, M. J., *La Protección...*, ob. cit., pp. 131-136.

²³⁴ DOCE n. 384, de 31 de diciembre de 1986.

²³⁵ Sobre la interrelación de las distintas políticas comunitarias con el turismo ver TONNER, K., "Politique du tourisme de l'Union européenne et protection des consommateurs", *Revue Européenne de Droit de la Consommation*, 1998, n° 11, p. 29-32.

²³⁶ Así lo recoge la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones "Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo", COM (2001) 665 final, 13 de noviembre de 2001.

miembros de donde provienen estaban desde entonces interesados por la mejora de las condiciones de la industria de viajes y por la protección de los consumidores, mientras que los Estados miembros del sur están, interesados por la protección de las pequeñas y medianas empresas.²³⁷

La primera etapa de la política europea del turismo se inicia con la resolución de la Comisión de 1 de julio de 1982 sobre "Primeras orientaciones para una política comunitaria del turismo",²³⁸ en la que señala la labor emprendida para la protección de los turistas, en cuanto consumidores, con relación a los servicios ofrecidos por las agencias de viajes y por los tour operadores, así como la preocupación por el tema de la seguridad social de los turistas, la asistencia a los mismos en caso de accidentes y los seguros de automóviles. Además se sugiere la creación de una instancia nacional de conciliación en cada uno de los países miembros. Por lo que se refiere a la clasificación de hoteles, se invita a la industria hotelera a que normalice voluntariamente los criterios de clasificación en colaboración con las asociaciones de consumidores. Por último en cuanto a los folletos turísticos, se señala la necesidad de luchar frente a la publicidad engañosa, así como de establecer un fondo de garantía. Posteriormente el Comité Económico y Social realizó un dictamen sobre las primeras orientaciones para una política comunitaria del turismo de 27 de octubre de 1983,²³⁹ en el que se realizan una serie de observaciones generales y particulares; las generales van destinadas a la definición del turismo como fenómeno y se insta a la Comisión a colaborar con organizaciones internacionales relacionadas con el turismo como la OMT, la

²³⁷ La importancia de la armonización jurídica comunitaria del Derecho turístico radica en que tanto la legislación del país emisor como la del receptor tienen incidencia en la protección de los turistas como consumidores, ver ALCOVER GARAU, G., "Protección jurídica del turista como consumidor y competencia de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares en materia de turismo" en *Estudios sobre Consumo*, nº 18, 1990, p. 65.

²³⁸ COM (82) 385, 1 de julio de 1982. Ya en 1981 cuando se produce el reparto de tareas entre los miembros de la Comisión se tuvo en cuenta la importancia creciente del turismo en la Comunidad, y el comisario M. Ripa di Meana quien reúne las responsabilidades concernientes a la Europa de los ciudadanos, la información, el sector cultural y el turismo, ver EUDE, J.C., "La CEE...", ob. cit., pp. 9-10.

²³⁹ JO n. 385/1983.

Comisión Europea del Turismo (CET), la OCDE, etc., y ha adoptar medidas normativas en esta materia; en cuanto a las observaciones particulares se corresponde con lo que hemos destacado de la resolución anterior.²⁴⁰ También se produce una resolución del Parlamento Europeo sobre la política comunitaria de turismo²⁴¹ en el que se reiteran algunas de las cuestiones enunciadas anteriormente, aunque aparecen otras nuevas. Entre las que hay que destacar los problemas de medio ambiente que afectan al consumidor y la propuesta a la Comisión para que realice dos directivas, una asegurando al turista en cuanto que consumidor una protección jurídica y social mediante la instauración de un estatus uniforme, y otra relativa a la aplicación de las normas de seguridad, salud e higiene en los alojamientos turísticos.²⁴²

Lo anterior dio lugar a la resolución de 10 de abril de 1984 relativa a la política comunitaria de turismo,²⁴³ el Consejo celebra la iniciativa de la Comisión de llamar la atención sobre la importancia del turismo y establece las directrices a seguir,²⁴⁴ que pueden enunciarse así:

- facilitar el turismo dentro de la Comunidad, como forma de integración de los Estados
- la agilización de los trámites aduaneros y fronterizos con la implantación del pasaporte comunitario
- la asistencia sanitaria al turista

²⁴⁰ Esencialmente el Comité destacaba la necesidad de proteger al turista como consumidor en el tema de las vacaciones a "forfait", haciendo hincapié en la imprecisión de los límites de responsabilidad entre el turista consumidor, el agente de viajes y el tour operador, ver COCA PAYERAS, M., "La protección jurídica...", ob. cit., pp. 40-41.

²⁴¹ JOCE n. C 10, 16 de enero de 1984.

²⁴² Este interés de la Comunidad Europea por el turismo podría estar motivado por la crisis industrial que se estaba produciendo en ese período en la que el turismo sería un elemento dinamizador de la economía, así como por la incorporación de Grecia, Portugal y España, países en los que el turismo era una parte importante de su economía, esta es la opinión de VALDÉS PELÁEZ, L., "Actuaciones en materia turística de la Unión Europea", *Turismo y promoción de destino turísticos: implicaciones empresariales*, Oviedo, 1996, pp. 322-323.

²⁴³ DOCE n. C 115, de 30 de abril de 1984.

²⁴⁴ Sobre la estructura de este documento ver VALDÉS PELÁEZ, L., "Actuaciones...", ob. cit., pp. 323-324.

- la protección al turista como consumidor²⁴⁵
- incentivar las condiciones laborales de los profesionales del turismo, así como el libre establecimiento²⁴⁶
- salvaguardia del patrimonio europeo y protección del medio ambiente

En 1986 la Comisión presentó nuevamente una comunicación en materia de turismo bajo el título acción comunitaria en el sector turístico,²⁴⁷ las propuestas contenidas en este documento se aprobaron por el Consejo el 22 de diciembre de 1986.²⁴⁸ En el se realiza una serie de consideraciones sobre el turismo y su importancia en Europa, las nuevas tipologías y su promoción. Se hace eco de la definición de turista que realizó la OMT, centrando su ámbito de actuación en la información, coordinación, protección y seguridad del turista, se propone la armonización de las legislaciones en materia de viajes combinados.²⁴⁹ Destacan los temas de la seguridad social, con la implantación del formulario E-111 y la cartilla sanitaria comunitaria, y la cuestión de la asistencia jurídica gratuita (Convenio de la Haya de 1980).²⁵⁰

²⁴⁵ Se establece la Directiva 84/641/CEE de 10 de diciembre que modifica la Directiva 73/239/CEE relativa a la asistencia turística.

²⁴⁶ Se promulga la Directiva 82/470/CEE de 29 de junio tendente a favorecer el establecimiento de la libre prestación de los servicios para la actividad relativa a los titulares de agencias de viajes.

²⁴⁷ COM (86) 32 final, de 5 de febrero de 1986. Ver también dictamen del Parlamento Europeo DOCE, n. C 7 de 12 de enero de 1987 y del Comité Económico y Social DOCE, n. 328 de 22 de diciembre de 1986.

²⁴⁸ DOCE n. L 384, de 31 de diciembre de 1986, se crea el Comité Consultivo de Turismo formado exclusivamente por miembros designados por cada Estado miembro que se convierte en una pieza clave en la toma de decisiones que afectan al turismo, acerca de las funciones de este Comité ver EUDE, J.C., "La CEE...", ob. cit., pp. 910, LIROLA DELGADO, I., "Reflexiones en torno a una política comunitaria del turismo", *Revista de Instituciones Europeas*, nº 3, 1988, pp. 810-811.

²⁴⁹ "Otro campo en el que se debe garantizar la protección del turista es en el de los viajes todo incluido. Esta fórmula que comprende diversas prestaciones (viaje, alojamiento, comidas, servicios auxiliares) es, muy a menudo arriesgada por el hecho de que el viajero ya no tiene demasiado margen de acción cuando, al llegar al lugar de destino, se da cuenta de que las informaciones que recibió no son exactas o que no se han respetado los términos del contrato...", Boletín del las Comunidades Europeas, sup. 4/86, pp. 5-16.

²⁵⁰ Sobre los aspectos más importantes de esta comunicación ver COCA PAYERAS, M., "La protección jurídica...", ob. cit., pp. 42-43, LIROLA DELGADO, I., "Reflexiones...", ob. cit., pp. 808-811, FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística...", ob. cit., pp. 19-22.

Como vemos la actividad de la Comunidad Europea hasta ahora se había basado en el principio de subsidiariedad, es decir inicialmente se realiza una consulta entre los distintos gobiernos con el propósito de coordinar las políticas nacionales, sin intentar resolver los problemas que se tratan mejor a nivel nacional y regional. El principio de subsidiariedad se corresponderá con una política de las llamadas comunitarias, esto es, las que intentan complementar las políticas nacionales en contraposición con las políticas comunes que sustituyen a las políticas nacionales en sus elementos esenciales.²⁵¹ Hasta 1990 las medidas tomadas en el campo del turismo por las instituciones europeas se pueden agrupar en tres categorías: la primera medidas generales derivadas de la realización del mercado interior;²⁵² en segundo lugar medidas indirectas por la aplicación de determinadas políticas comunitarias,²⁵³ y por último medidas directas de fomento del turismo.²⁵⁴

Un empuje fundamental de cara a convertir el turismo en una preocupación importante de las autoridades de Bruselas fue la declaración de 1990 como Año Europeo del Turismo.²⁵⁵ Los objetivos prioritarios en este Año Europeo del Turismo son: preparar la formación de un gran espacio europeo sin fronteras,

²⁵¹ Ver LIROLA DELGADO, I., citando a MOUSSIS, N., en "Reflexiones...", ob. cit., pp. 813, MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato de viaje combinado (Antecedentes, Derecho Comparado, Estudio Normativo y Jurisprudencial)*, Cuenca, 1999, pp. 39-40.

²⁵² Hay que destacar la liberalización del transporte aéreo, los Reglamentos 2672/88 y 2299/89 destinados a evitar los abusos en la utilización de los sistemas informatizados de reservas, la libertad de establecimiento y el reconocimiento de la calificación de los guías turísticos y organizadores de viajes.

²⁵³ El Fondo Europeo de Desarrollo Regional financia programas de desarrollo turístico y se adoptan medidas para el fomento del turismo rural.

²⁵⁴ Recomendación del Consejo relativa a la información normalizada en los hoteles, DOL 384 de 31 de diciembre de 1986, recomendación del Consejo relativa a la seguridad en los hoteles, DOC 49 de 21 de febrero de 1984, resolución del Consejo sobre la mejora de la distribución estacional y geográfica del turismo DOC 340 de 31 de diciembre de 1986.

²⁵⁵ En la Decisión del Consejo de 21 de diciembre de 1988 (DOL 17, de 21 de enero de 1989), se destaca la importancia económica y social del turismo como reconocimiento a la labor desarrollada por el Consejo de Europa, la OMT y en particular la European Travel Commission, ver RIGHI, L., "La dimensione comunitaria del turismo ed il suo impatto sull'ordinamento italiano: profili giuspubblicistici", *La tutela del turista*, dir. SILINGARDI, G. y ZENO-ZENOVICH, V., Napoli, 1993, pp. 73 y ss.

mediante la integración del turismo en la creación de una Europa unida; subrayar la importancia económica y social del sector, especialmente en el cuadro de la política regional y de la creación de nuevos puestos de trabajo; permitir un mejor conocimiento por parte de los ciudadanos y, en particular, de los jóvenes, de la cultura y de los modos de vida de otros Estados miembros; promover una mejor distribución del turismo en el tiempo y en el espacio, respetando el medio ambiente y favoreciendo el fraccionamiento de las vacaciones y el desarrollo de alternativas al turismo de masas; promover el turismo en la Comunidad, facilitando la circulación de los viajeros, así como el turismo hacia Europa a partir de terceros países; extender el Año Europeo del Turismo a los países EFTA (European Free Trade Association), como forma de anticipar en materia de turismo el sucesivo acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo.²⁵⁶ En este mismo año se adopta la Directiva 90/314/CEE del Consejo de 13 de junio de 1990, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados.²⁵⁷

Con los antecedentes antes señalados el 29 de noviembre de 1990 el Consejo solicitó a la Comisión que presentara un programa de medidas comunitaria a favor del turismo que sirviera de base a la aprobación posterior de una decisión del Consejo sobre un Plan de actuación. La Comisión propuso el 23 de mayo de 1991²⁵⁸ la aplicación de un programa coherente para complementar las medidas adoptadas en virtud de las políticas comunes o de programas específicos, se refiere a la actividad turística en su conjunto y se propone mejorar globalmente la calidad y la competitividad de la oferta turística comunitaria así

²⁵⁶ Informe de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre el Año Europeo del Turismo, COM 95 final, de 14 de mayo de 1991. Acerca de los objetivos del Año Europeo del Turismo ver FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística...", ob. cit., pp. 24-25.

²⁵⁷ La finalidad de la directiva es que los consumidores gocen de condiciones comparables sea cual fuere el Estado miembro en el que se adquiriera un viaje combinado, ver CUARTERO RUBIO, M. V., "Viajes combinados y derecho de los particulares a una indemnización (Ausencia de adaptación de la Directiva)" *La Ley* n° 4222, 1997, p. 1949.

²⁵⁸ Documento COM (91) 97 final, 23 de mayo de 1991. Sobre las medidas propuestas en este plan a favor del turismo ver VALDÉS PELÁEZ, L., "Actuaciones...", ob. cit., pp. 330-331.

como el conocimiento de la demanda y la satisfacción de la misma, la difusión de la tecnología en los servicios e industria turística, la mejora de la protección del turista como consumidor, mejora de la formación profesional y desarrollo de la política regional del turismo. También en 1991 se aprueba el Reglamento (CEE) nº 295/91 del Consejo por el que se establecen normas comunes relativas a un sistema de compensación por denegación de embarque en el transporte aéreo regular, aunque no deja de tener relación con la protección de los consumidores y el turismo, fue adoptado en el marco de una política transportes.

En 1992 el Tratado de Maastricht incluyó, por primera vez, una referencia al turismo en la letra u) del art. 3, que autoriza a la Comunidad a adoptar, en el marco de otras políticas, medidas de orientación y desarrollo de dicho sector; sin embargo el Tratado no da ninguna dirección particular para una política del turismo de la Comunidad y no hay un fundamento jurídico para las medidas de la Comunidad en el turismo.²⁵⁹ Esto significa que cualquier acto del Consejo en el campo del turismo necesita la unanimidad entre todos los Estados miembros.

Así el 13 de julio de 1992 se aprueba la decisión 92/421/CEE del Consejo un plan de acciones a favor del turismo²⁶⁰ entre las que podemos destacar la mejora del conocimiento del ámbito del turismo y consolidación de la coherencia de las acciones, acciones transnacionales, los turistas como consumidores, la promoción en países terceros, turismo y medio ambiente, etc. El plan se desarrolló entre los años 1993-1995, el primer año se gastó la mitad del presupuesto en el desarrollo sostenible, si bien al año siguiente el gasto realizado en el programa denominado "Turismo y Medio Ambiente" fue muy escaso y el programa fracasó.²⁶¹ El art. 5 del Plan señala exhortaba a la Comisión a elaborar un informe

²⁵⁹ Ver GÓMEZ DE LA CRUZ TALEGÓN, C., "Normativa comunitaria...", ob. cit., pp. 40-41, ARCARONS SIMÓN, R., *Manual de Derecho...*, ob. cit., pp. 202-204.

²⁶⁰ DOCE L 231 de 13 de agosto de 1992, sobre los objetivos de este plan ver FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística...", ob. cit., pp. 32-34.

²⁶¹ Acerca del fracaso de las medidas adoptadas en este plan ver TONNER, K., "Politique du tourisme...", ob. cit., pp. 29-31.

anual que evaluaría las actividades de la Comunidad que tuvieran incidencia en el turismo y lo enviaría a al Consejo y al Parlamento Europeo. En este sentido el 6 de abril de 1994 la Comisión²⁶² presentó este informe que constituía un verdadero repaso de las actividades europeas en materia de turismo realizadas hasta la fecha, recogiendo en primer lugar dentro de las políticas comunitarias las medidas tomadas sobre los "Derechos del turista".²⁶³ También en este año se aprueba la Directiva 94/47/CE de 26 de octubre de 1994 relativa a la protección de los adquirentes en lo relativo a determinados aspectos de los contratos de adquisición de un derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido.

La etapa siguiente vio la realización de un Libro Verde sobre Turismo en abril de 1995²⁶⁴ contenía cuatro opciones:

- No hay política europea del turismo.
- La persecución de las acciones al nivel existente.
- Los más amplios desarrollos sobre la base jurídica existente.
- El desarrollo de una política independiente del turismo.

Así en 1996 el Consejo presentó un primer programa plurianual a favor del turismo europeo Philoxenia (1997-2000),²⁶⁵ que consistía en estimular la calidad y

²⁶² Informe de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social sobre las acciones comunitarias que afectan al turismo, COM (94) 74 final, de 6 de abril de 1994. También hay que hacer referencia a la Resolución del Parlamento Europeo de 18 de enero de 1994 sobre el turismo en vista del año 2000, en el cual se intentan exponer algunas líneas maestras sobre la futura política comunitaria del turismo, DOCE C 44 de 14 de febrero de 1994.

²⁶³ Los siguientes informes publicados han sido COM (1994) 29 final de 5 de febrero de 1996, COM (1997) 332 final de 2 de julio de 1997 y COM (2001) 171 final de 28 de marzo de 2001.

²⁶⁴ El objetivo de este documento *"es abrir una consulta sobre el papel de la Unión en materia de turismo a todos los participantes en la Conferencia Intergubernamental de 1996, tanto públicos como privados, en los niveles regional, nacional, europeo e internacional que estén interesados. Esta consulta se justifica por el carácter pluridisciplinario y transversal del turismo y por su complementariedad con los diferentes sectores de actividad, lo que explica que muchas medidas tengan incidencia sobre el turismo"*, Documento El papel de la Unión en materia de turismo. Libro Verde de la Comisión, COM (95) 97 final, de 4 de abril de 1995.

²⁶⁵ Propuesta modificada de Decisión del Consejo sobre un primer programa plurianual a favor del turismo europeo "Philoxenia" (1997-2000), COM (1996) 0635 final, 15 de diciembre de 1996. Acerca de las medidas tomadas en este programa sobre el turismo y el medio ambiente y las medidas posteriores ver DIEZ DE VELASCO Y VALLEJO, M., "Reflexiones sobre el turismo y el desarrollo del medio ambiente en la Unión Europea" en *II Congreso Universidad...*, ob. cit., pp. 487 y ss.

la competitividad del turismo europeo a fin de contribuir al crecimiento y al empleo.²⁶⁶ Si bien el programa no fue aprobado ya que no se pudo conseguir la unanimidad entre todos los Estados miembros.²⁶⁷ En este momento parece que la política de turismo ha llegado a un punto muerto y será con la finalidad de luchar contra el desempleo en 1999, que la Comisión elabora una comunicación titulada "Incrementar el potencial del turismo como generador del empleo. Seguimiento de las conclusiones y recomendaciones del GAN sobre Turismo y Empleo."²⁶⁸

Hay que destacar la Comunicación de la Comisión, al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de la Regiones de 13 de noviembre de 2001 "Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo"²⁶⁹ que intenta dar un nuevo impulso al sector turístico tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, así como una mayor coordinación entre las empresas, las entidades públicas y los países, promoviendo más participación para aumentar los conocimientos sobre esta actividad económica y mejorar el desarrollo sostenible del turismo y su contribución a la creación de empleos, en un momento en que las expectativas sobre la llegada de turistas a Europa empieza a decaer a favor de otros continentes. Esto ha dado lugar a una resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo²⁷⁰ en la que siguiendo con la línea mantenida en un pasado por la Comunidad, no se establece una política específica de turismo sino que promueve una coordinación entre las

²⁶⁶ TONNER destacaba la falta de medios jurídicos para poner en marcha este programa de medidas que podría fracasar por el juego único de las leyes del mercado, en "Politique du tourisme...", ob. cit., pp. 30-31.

²⁶⁷ Fueron Alemania y Reino Unido los países que se opusieron a la aprobación de este programa ya que cuestionaban la oportunidad de financiar una iniciativa comunitaria en esta materia, ver FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística...", ob. cit., pp. 34-36.

²⁶⁸ COM (1999) 205 de 28 de abril de 1999. Acerca de la iniciativa del Comité Económico y Social para llevar a cabo acciones coordinadas teniendo en cuenta las necesidades del sector y la de los consumidores, ver FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística...", ob. cit., pp. 34-36.

²⁶⁹ COM (2001) 665 final de 13 de noviembre de 2001, en la elaboración de esta comunicación se incluyó el informe de la Comisión "Síntesis de la actuación de la Unión Europea en respuesta a los acontecimientos de 11 de septiembre y evaluación del posible impacto económico" COM (2001) 668 final de 11 de noviembre de 2001.

distintas políticas europeas que afectan al turismo atendiendo por supuesto al principio de subsidiariedad.²⁷¹ Los objetivos primordiales de esta resolución son impulsar la participación de las empresas y de los interlocutores económicos y sociales, fortaleciendo para ello el papel del Comité consultivo de turismo, promover el turismo sostenible de alta calidad y la competitividad entre las empresas, poner en conocimiento de las empresas los instrumentos financieros y extrafinancieros de la Unión Europea, facilitar la información jurídica y estadística mediante la instauración de las cuentas satélites del turismo.

Como vemos sigue sin establecerse una política específica de turismo tal y como solicitan muchos sectores, las principales medidas adoptadas son a favor de los Estados y las regiones mediante ayudas de los fondos estructurales, a favor de las pequeñas y medianas empresas como creadoras de empleo y para una mejora de la calidad de los servicios prestados, también a favor de los turistas mediante la facilitación del paso de fronteras, la protección de la salud y la seguridad y los intereses materiales de éstos.

2.5.- PANORAMA GENERAL DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL TURISTA

Como hemos visto antes este sistema de relaciones que es el Turismo se produce entre un sujeto que es el turista y un objeto. El turista visita un país o una región con una finalidad de esparcimiento o distracción²⁷² y en ese desplazamiento

²⁷⁰ Diario Oficial de las Comunidades Europeas C 135 de 6 de junio de 2002.

²⁷¹ Así por lo que se refiere a la coordinación de las distintas políticas el 6º Programa de la UE en Medio Ambiente hace referencia a una actividad turística planificada que proteja la biodiversidad, los hábitats y los paisajes, con lo que se incluye el turismo sostenible dentro de la política de medio ambiente de la UE, ver COM (2001) 31 final de 24 de enero de 2001 sobre el Sexto Programa de Acción de la Comunidad Europea en Materia de Medio Ambiente.

²⁷² TORRES LANA, J. A., caracteriza al turista por los siguientes datos: cambio de población, duración mínima de 24 horas, exclusión de la motivación laboral, retorno al lugar de residencia habitual, en "La problemática jurídica del turista...", ob. cit., p. 248.

mantiene contacto directo o indirecto con una localidad o zona geográfica concreta que constituye otro de los elementos del sistema al igual que las diferentes empresas con las que se relaciona a lo largo de su viaje como el tour operador, la Agencia de viajes, el hotel, el restaurante, etc. Dentro de este sistema de relaciones que mantiene el turista también toman parte la organización turística formada por las instituciones tanto públicas como privadas, asociaciones empresariales y profesionales que juegan un papel importante en el turismo.

La principal característica del turista es su condición de consumidor o usuario, esto es de destinatario final de bienes y servicios²⁷³ y como tal se encuentra en una posición de indefensión por lo que necesitará de las normas protectoras de consumidores además de la protección general como ciudadano ante situaciones que lo sitúan en un estado de debilidad ya que se encuentra alejado de su residencia habitual, sometida a costumbres, lugares e idiomas que desconoce.²⁷⁴

La consideración del turista como una de las modalidades de consumidor²⁷⁵ se puede basar no sólo en las particulares relaciones jurídicas que éste contrae en sus relaciones con las agencias de viajes, los contratos de transporte y los contratos de alojamiento; sino también, en el consumo de comidas y bebidas, ocio, cultura y actividades deportiva, compras y un largo etc., lo cual abarca un espectro muy amplio que influirá en los nuevos patrones de consumo.²⁷⁶ La protección jurídica del turista como consumidor se ha puesto de relieve en el

²⁷³ Acerca de la consideración del turista como destinatario final de los servicios turísticos, ver TORRES LANA, J. A., "La integración de la publicidad...", ob. cit., pp. 78-79 y CABANILLAS SÁNCHEZ, A. "Aspectos sustantivos de la protección de los consumidores en los contratos sobre servicios, según el ordenamiento español" en *Estudios sobre Consumo* nº 16, 1989, p. 141.

²⁷⁴ Ver ALCOVER GARAU, G., "La protección jurídica del turista..." pp. 13-30; AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 58, MANIET, F., "La tutela del turista nei principali paesi europei" en *La tutela...*, ob. cit., p. 55.

²⁷⁵ Acerca de los supuestos en los que el turista necesitaría de una protección especial como consumidor ver HIPPEL, E., *Verbraucherschutz*, Tübingen, 1986, p. 255 y ss.

²⁷⁶ Según las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo se entiende por consumo turístico el efectuado por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, además debe ser clasificado según las categorías: 1. Viajes (combinados, vacaciones combinadas, circuitos), 2. Alojamiento, 3. Comida y bebidas, 4. Transporte, 5. Ocio, cultura y actividades deportivas, 6. Compras, 7. Otros.

seno de organismos internacionales como la ONU, el Instituto para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT),²⁷⁷ la OCDE o la Organización Mundial del Turismo. La ONU en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre reconoce en su punto quinto el derecho al cambio de residencia y de trabajo, al desplazamiento y a los viajes; es la llamada "quinta libertad", el turismo aparece así como uno de los derechos de la humanidad.²⁷⁸ En la Asamblea de constitución de la Organización Mundial del Turismo como agencia de las Naciones Unidas con carácter gubernamental, celebrada en Madrid en 1974,²⁷⁹ aparece por primera vez la figura del turista como consumidor y se plantea la necesidad de protegerlo. Entre los principios de actuación destacaba la organización interior, la eliminación de obstáculos a los viajes con relación a los pasaportes, visados, formalidades aduaneras, divisas, formalidades sanitarias, tasas turísticas, agencias de viajes, etc. Pero es a partir de los años ochenta cuando se realizan algunos estudios acerca de los contratos turísticos, la protección jurídica de los turistas y también sobre la evaluación de los elementos controlables de las prestaciones turísticas y material informativo.²⁸⁰ Así en la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial de

²⁷⁷ UNIDROIT elaboró un Proyecto de Convenio sobre el contrato de hostelería y el Convenio sobre los contratos de viaje de 1970; la OCDE elabora un anuario titulado *International Tourism Policy in OCDE Member Countries* que contiene un apartado dedicado a la protección del turista en tanto que consumidor.

²⁷⁸ En 1963 la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Viajes Internacionales de Roma, reafirmó este derecho, así según sus bases: *"Persuadida de que el Turismo es una actividad humana fundamental y eminentemente deseable que merece los elogios y animación de todos los pueblos y de todos los Gobiernos. Firmemente convencida de que el Turismo puede ser un elemento vital en el Derecho de las Naciones Unidas para el desarrollo, con la condición de que se tomen las medidas necesarias para estimular y coordinar las iniciativas requeridas"*.

²⁷⁹ El organismo rector de la política internacional turística hasta esa fecha fue la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, ver HANDSZUB, H., "La protección del turista en el programa de la Organización Mundial del Turismo (OMT): sus posibilidades y sus limitaciones" en *Turismo y Defensa...*, ob. cit., p. 48.

²⁸⁰ Entre los documentos elaborados por la OMT podemos citar el Informe sobre la protección y la información del turista en calidad de consumidor (PG (V) B.3.2.2.-1981), Encuesta preliminar sobre la normalización del contenido y de la presentación del material de información turística (PG (V) B.3.2.3.-1981), Estudio sobre la contribución del turismo a la protección del medio ambiente (PG (IV) B.4.2.-1983), Identificación y evaluación de los elementos controlables de las prestaciones turísticas que influyen sobre la satisfacción del turista y medidas del Estado destinadas a garantizar el nivel de calidad de los productos turísticos (PG (V) B.2.2.-1985), Perfil de las

1980, el Documento de Acapulco de 1982 y la Carta del Turismo y el Código del Turista de 1985, este último establece en su art XIII, 2, b) que debe garantizarse a los turistas la "seguridad de su persona y bienes, así como la protección de sus derechos en calidad de consumidores".

En cuanto a la finalidad perseguida por la OMT con estos documentos era crear una institución mediante la cual se transmita a los turistas información sobre las reglamentaciones y advertencias relativas a su seguridad; la creación por parte de los estados de una entidad encargada de ayudar a los turistas en caso de emergencia; que las instituciones faciliten a los turistas el ejercicio de sus derechos de consumidor, disponibilidad de un seguro turístico; instituciones encargadas de los problemas de los turistas en materia de salud; servicios de inspección para el control de las normas sanitarias de las instalaciones y zonas turísticas; un organismo encargado de la aplicación de la ley formado para facilitar protección a los turistas, servicios jurídicos para prever una solución rápida de los problemas de los turistas internacionales, instalaciones de enlace con otros países y organizaciones en cuestiones de protección y seguridad de los turistas.²⁸¹

Entre las razones por las que se puede argumentar la necesidad de una especial protección del turista están las situaciones de indefensión en que puede encontrarse como la pérdida del pasaporte o las formalidades existentes en las fronteras; los problemas de salud debido a los cambios de clima o a la presencia de enfermedades inexistentes en su país de origen y que unido al carácter estacional de las vacaciones puede dar lugar a la insuficiencia de los servicios

relaciones contractuales y estructuras de los contratos de prestación de servicios entre los operadores y sus homólogos en los puntos de destino turístico así como los usuarios y consumidores de servicios turísticos (PG (V) B.2.4.-1985), la seguridad y la protección jurídica de los turistas (PG (V) B.2.3.-1985), y Preliminary Check List of Problems Related to Security and Protection of Tourists and Tourist Facilities.

²⁸¹ La OMT pretendía crear un marco institucional para que los Estados miembros establezcan las reglamentaciones necesarias relativas a la seguridad de los turistas y al ejercicio de sus derechos como consumidores, ver HANDSZUB, H., "La protección...". ob. cit., pp. 51-53.

médicos; problemas con los transportes en caso de accidente con muertes o daños personales; problemas de seguridad ciudadana; disputas surgidas con el establecimiento hotelero por los servicios de seguridad y los riesgos de incendios; problemas con los tour operadores o agencias de viajes cuando cesan su actividad, etc.²⁸² También hay que hacer referencia a la calidad de los servicios prestados, es decir al incumplimiento de los contratos turísticos y a la existencia de condiciones generales difíciles de interpretar.²⁸³

Por lo que la doctrina ha señalado que los principales obstáculos con los que se encuentra el turista a la hora de hacer valer sus derechos son la falta de información y las dificultades para reclamar.²⁸⁴ El turista precisa información de carácter general sobre el lugar al que se desplaza, como las costumbres del país, los usos, el idioma, el clima, etc.; pero también de carácter jurídico como los controles aduaneros, las medidas a adoptar en caso de pérdida de documentos, los derechos que se le conceden como consumidor para reclamar por prestación defectuosa de los servicios, etc. En cuanto a las dificultades para reclamar éstas se presentan como consecuencia del desconocimiento de las normas, del sistema de reclamación y en algunos casos del idioma del país visitado.²⁸⁵

Por lo tanto el turista se encontrará en una situación de indefensión frente a las empresas con las que contrata y como consumidor quedaría protegido por la

²⁸² Para ALPA no es necesario crear una nueva categoría sino colocar la problemática de la protección del turista dentro del ámbito de la defensa del consumidor, en "Dalla tutela del consumatore alla dell'utente il caso del turista" en *La tutela...*, ob. cit., p. 19.

²⁸³ El turista se encuentra fuera de su residencia habitual, en lugares y con costumbres, en la mayoría de los casos, muy diferentes de las suyas y con una mentalidad y estado de ánimo que le hace ser fácil blanco de las empresas con las que contrata (define esta situación la expresión "¡Me ha tomado usted por un turista!"), QUINTANA CARLO, I., "La protección del consumidor como turista" en *Estudios sobre Consumo*, nº 2, 1984, p. 66.

²⁸⁴ Ver ALCOVER GARAU, G., "Protección jurídica del turista...", ob. cit., p. 66; AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 58-60.

²⁸⁵ Así lo ha destacado la OMT en diversos documentos como en el Código del Turista, en la Declaración de la Haya sobre Turismo, y en el Informe emitido en 1989 por el Comité de Expertos en seguridad y protección de los turistas y de las instalaciones turísticas en el que se propone la creación de un mediador para los turistas que favorecería en especial a los turistas internacionales por su situación de inferioridad al desconocer las normas para incoar el procedimiento legal y en el caso de incoarlo el turista se habrá marchado del país cuando se tome una decisión.

normativa general de defensa de los consumidores y usuarios la LGDCU, así como el resto de normas específicas sobre contratos en los que participe como consumidor (LCC, LCEM, LOCM, etc.).²⁸⁶ Pero también la normativa autonómica reconoce derechos y obligaciones al turista en tanto que consumidor y por supuesto en las normas que regulan los contratos turísticos (LVC, LDApT).²⁸⁷ La LGDCU establece una noción de consumidor o usuario basada, como ya hemos visto, en el hecho de que los bienes y servicios adquiridos son destinados al consumo personal o familiar. Sin embargo este concepto tan restrictivo deja fuera a los sujetos que a pesar de encontrarse en una situación de inferioridad, no cumple los requisitos para ser considerado como consumidor final. Por ello algunas leyes especiales han adoptado una noción de consumidor más amplia destacando la situación de desequilibrio producida ya que el acto de consumo tiene lugar fuera su actividad habitual. Así la LVC en el apart. 7º del art. 2 establece un concepto amplio de consumidor pudiendo tener tal condición las personas que contraten el viaje para sí o para otros, incluidas las empresas que no sean agencias de viajes, que no se dediquen profesionalmente a la intermediación en los viajes combinados.²⁸⁸ Por lo tanto podrá incluirse en el concepto de consumidor el llamado contratante principal que no disfrutará del viaje porque lo cede a otra persona y también las empresas que adquieren viajes de negocio para satisfacer las necesidades de la actividad comercial que desarrollan y que por lo tanto no tienen la finalidad de cubrir unas necesidades personales.

Serán también las diferentes leyes reguladoras del turismo en las Comunidades Autónomas las que recojan una definición de usuario de servicios

²⁸⁶ Ver BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 224-225, QUINTANA CARLO, I., "La protección del consumidor...", ob. cit., p. 65-66, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 57.

²⁸⁷ Con estas normas se supera el caos normativo derivado de unas normas públicas centradas en el control de la actividad económica, ver OLIVARES D'ANGELO y PÉREZ BEVIA, "La condición jurídica del turista" en *Aspectos jurídico administrativos del turismo Primer Congreso Italo-español de profesores de Derecho administrativo*, Sevilla, 1966, pp. 243 y ss.

²⁸⁸ Ver MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., pp. 100-101, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 145-146.

turísticos o usuario turístico, ya que en el sector turístico en la mayoría de los casos se prestan servicios y por lo tanto la categoría de usuario se asimila mejor a esta actividad económica que la de consumidor. El usuario turístico sería una figura especial que se beneficiaría no sólo de los derechos reconocidos en la LGDCU sino también una serie de derechos concretos. No podemos encontrar una definición unitaria de usuario turístico,²⁸⁹ sin embargo de un modo general se podría calificar como la persona que demanda, contrata o recibe, como destinatario final, un servicio turístico.²⁹⁰ Hay que destacar el concepto de consumidor establecido en el Decreto 317/1996 de 24 de diciembre por el que se regulan los derechos y obligaciones del usuario turístico en el País Vasco, como *"toda persona física o jurídica, que contrate o reciba los servicios que prestan las empresas turísticas, las entidades turísticas no empresariales y los profesionales turísticos, en cuanto la acción de éstas se destine directa o indirectamente a facilitar el movimiento, estancia y servicio del viajero"*, esta definición nos parece muy acertada ya que se plantea la cuestión de si quedarían dentro del concepto de usuario turístico por ejemplo, aquella persona, que no encontrándose alojada en el hotel, utiliza habitualmente el hall del mismo para leer la prensa diaria y en un descuido le son sustraídas la billettera o el bolso, ¿se podría considerar a esta persona como un usuario turístico según la normativa autonómica?, ¿le corresponderían los mismos derechos que a un turista?. Podemos entender que en

²⁸⁹ Así la Ley 8/1999 de Ordenación del Turismo de Castilla la Mancha entiende por usuario turístico como la *"persona que utiliza los establecimientos turísticos o recibe los servicios que le ofrezcan las empresas turísticas o los profesionales turísticos y que como cliente los demanda y disfruta"*, conceptos similares establecen la Ley 7/1995 de Ordenación del Turismo de Canarias, Ley 2/1997 Normas reguladoras del Turismo de Extremadura, Ley 1/1999 de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid. Sin embargo otras normas han utilizado definiciones más escuetas como la Ley 11/1997 Normas reguladoras del Turismo en Murcia que define al usuario turístico como *"la persona que utiliza los establecimientos turísticos o recibe los servicios que le ofrecen las empresas turísticas"*; pero también podemos encontrar definiciones que en su construcción se parecen al concepto de consumidor de la LGDCU como la recogida en la Ley 5/1999 de Ordenación del Turismo de Cantabria para la cual son usuarios turísticos *"el conjunto de personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales los productos, servicios, actividades o funciones turísticas de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden"*.

este caso el hotel no presta un servicio a un viajero, pero en algunas Comunidades Autónomas el concepto es tan amplio que podría cubrir bajo su paraguas estos casos especiales. La mayoría de las normas autonómicas de turismo incluyen dentro de esta categoría tanto a las personas físicas como jurídicas excepto la Ley de Turismo de Andalucía para la cual, las personas jurídicas no pueden ser destinatarios finales de los servicios turísticos.²⁹¹

En cuanto a los derechos reconocidos a los usuarios de servicios turísticos, podemos hacer referencia al:

- **Derecho a la salud y a la seguridad**

Como ya hemos visto el derecho a quedar protegido frente a los riesgos que afecten a su salud y a su seguridad física es uno de los derechos básicos que reconoce la LGDCU pero también en la normativa autonómica específica. Así el art. 18. 2 apartado a) de la Ley de Ordenación y Promoción del Turismo en Galicia establece el derecho del usuario a ver garantizada su seguridad y la obligación de las empresas turísticas de informar a los usuarios de cualquier riesgo previsible que pudiera producirse de la normal utilización de las instalaciones o servicios turísticos.²⁹² Sin embargo la Ley de Ordenación del Turismo de Canarias va más allá y en el art. 18 realiza una exhaustiva enumeración de las obligaciones que tienen las empresas turísticas para garantizar

²⁹⁰ Una definición similar encontramos en el art. 29 de la Ley 13/2002 de Turismo de Cataluña.

²⁹¹ AURIOLÉS diferencia entre usuario turístico como destinatario final de los servicios de alojamiento, restauración o transporte de la figura del consumidor-contratante, en la que sí se encontrarían las personas jurídicas, y al que le corresponderían los derechos de la normativa que regulara el contrato específico, en *Introducción...*, ob. cit., pp. 56 y 57.

²⁹² Una regulación similar encontramos en el art. 23. 1 apartado d) de la Ley de Turismo de Andalucía, art. 23 apartado d) de la Ley de Ordenación del turismo de Cantabria, art. 8 apartado g) de la Ley de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, art. 30 apartado d) de la Ley de Turismo de Cataluña, el art. 41 de la Ley del Turismo de las Islas Baleares, ver FLAQUER RIUTORT, J., "La Ley General de Turismo de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares" en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico, Málaga, 2000)* coord. AURIOLÉS MARTÍN, A. Sevilla 2000, p. 64.

este derecho del usuario, así desde el cumplimiento de la normativa sobre seguridad de sus instalaciones y protección contra incendios, prestar información sobre la edad mínima para realizar actividades de riesgo, personal capacitado para prestar primeros auxilios; también de las obligaciones de las administraciones locales como el establecimiento de dispensarios médicos y farmacéuticos dependiendo del porcentaje de usuarios turísticos o la existencia de un servicio de socorrismo en las playas y señalización de la peligrosidad del mar.²⁹³

El derecho a la seguridad ha tomado especial relevancia tras los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001, que han sensibilizado de especial manera al turista a la hora de elegir su destino, convirtiéndose la seguridad de la integridad personal en uno de los factores principales hoy día dentro de las motivaciones de la demanda turística.²⁹⁴

• Derecho a la información

Este derecho se encuentra conectado dentro de la legislación turística con el derecho a la protección de los intereses económicos, es decir con el derecho del turista a recibir la información suficiente y veraz sobre las condiciones y características del servicio que desea contratar, para que pueda prestar con libertad el consentimiento contractual.²⁹⁵ Sin embargo el derecho a la información no está limitado al plano contractual. La finalidad del viaje del turista es conocer las costumbres, la gastronomía, los recursos naturales, etc., del lugar que visita y para que los turistas tengan acceso a los recursos y la oferta turística que ofrece la

²⁹³ Se trata de una regulación demasiado extensa que mezcla las obligaciones de las empresas turísticas con las de las administraciones locales y cuya finalidad es que exista un turismo de calidad, ver BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., p. 225.

²⁹⁴ El turismo ha descendido en Nueva York un 30% en el año 2002, ver AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 59,

²⁹⁵ La obligación de informar nace como consecuencia del desequilibrio existente entre el profesional y el consumidor, además los costes de información sobre un producto son menores para el que lo ofrece que para el que demanda su adquisición, ver SANTOS MORÓN, M. J., "Información precontractual...", ob. cit., pp. 143-144.

región visitada algunas Comunidades Autónomas imponen la obligación a la Administración de informar sobre esta materia.²⁹⁶ Lo que puede derivar en una obligación de establecer oficinas de turismo que informen a los turistas sobre los lugares para visitar y las actividades de ocio que ofrece el destino turístico, así lo recoge el art. 30 apartado i) de la Ley de Turismo de Cataluña.

- **Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales**

La protección del consumidor en la fase precontractual se refleja como hemos dicho en el derecho a la información sobre las características del servicio contratado y destacando principalmente en el sector turístico en la oferta publicitaria destinada a captar las preferencias de los consumidores.²⁹⁷ El art. 8 de la LGDCU establece el carácter vinculante de la información suministrada en la oferta, con la finalidad de que el consumidor no sea engañado al no cumplir, el empresario, las condiciones propuestas en la publicidad. Pero la publicidad ha de someterse también a lo regulado en la LGP, es decir debe adecuarse a los principios de veracidad, utilidad y precisión, lo cual excluye a la publicidad engañosa.²⁹⁸ Para que la publicidad turística pueda ser calificada como engañosa no es necesario que el mensaje contenga algún dato falso, sino que por la forma

²⁹⁶ Así vienen regulado en la Ley de Ordenación del Turismo de Castilla la Mancha en el art. 34 apartado e) y en el art. 16 apartado a) de la Ley de Ordenación del Turismo de Castilla y León, también en la Ley de Ordenación del Turismo de Cantabria pero con un matiz ya que se reconoce en el art. 23 apartado d), el derecho a recibir una información veraz sobre "*los recursos turísticos, costumbres, riquezas artísticas, culturales y naturales de los lugares visitados*", al igual que la Ley de Turismo de la Rioja en su art. 6 apartado 1. a).

²⁹⁷ En materia de servicios turísticos la publicidad ofrece viajes fantásticos a paraísos soñados, servicios de fábula y mundos fascinantes que prometen hacer olvidar toda la rutina e ingratitud de lo cotidiano y que en muchos casos no coinciden con lo recogido en el contrato, ver TORRES LANA, J. A., "La integración de la publicidad...", ob. cit., pp. 74-75.

²⁹⁸ El art. 4 de la LGP califica de engañosa la publicidad cuando "*de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico...*" o cuando "*silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios, cuando dicha omisión induzca a error a los destinatarios*". Sobre los casos en que la publicidad puede ser engañosa ver CORREDOIRA y ALFONSO, L. *Comentarios a la Ley de Publicidad*, Barcelona, 1993, pp. 39-44.

de presentar la oferta en el folleto o en la página web se puede inducir a una percepción errónea por parte del consumidor que le leve a adquirir ese servicio por las características de sus prestaciones.²⁹⁹ Por el contrario no sería publicidad engañosa la que realza las cualidades del servicio o de las instalaciones en las que estos se prestan.³⁰⁰ Las distintas leyes de turismo autonómicas sancionan como una infracción la utilización de la publicidad engañosa por parte de las empresas, si se prometieran servicios o instalaciones de una calidad superior al verdaderamente existente, el usuario turístico tendrá derecho a recibirlas como fueron anunciadas o a la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados.³⁰¹

El principio de utilidad constituye una especialidad de la actividad publicitaria del sector turístico que requiere que la información facilitada a los potenciales usuarios de los servicios turísticos sea, no sólo veraz, sino que debe resultar igualmente útil a dicha personas.³⁰² Esta exigencia de veracidad en la oferta realizada y la obligación de que contenga una información exhaustiva sobre el servicio contratado es una premisa que deben cumplir las agencias de viajes en sus folletos informativos (art. 3.1 de la LVC) y las empresas dedicadas a la transmisión de derechos de aprovechamiento por turno (art. 3.1 de la Directiva 94/47/CE de 26 de octubre de 1994 relativa a la protección de los adquirentes en lo relativo a determinados aspectos de los contratos de adquisición de un derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido).

Cuando se formaliza el contrato la protección del usuario turístico se pone

²⁹⁹ Ver TUR FÁUNDEZ, N., "Deberes de información y documentación" en *Turismo y comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*, dir. CAVANILLAS MÚGICA, S, Granada, 2001, p.39-43.

³⁰⁰ Ver Sentencia de la AP de Asturias de 21 de junio de 1999, Sentencia de la AP de Granada de 23 de marzo de 1999.

³⁰¹ Ver art. 16.2 de la Ley de Ordenación del Turismo de Canarias, art. 18.2 apartado b) de la Ley del Turismo de Galicia, art. 23. 1 apartado d) de la Ley de Turismo de Andalucía, art. 23 apartado c) Ley de Turismo de Cantabria, art. 39.2 de la Ley de Turismo de las Islas Baleares, art.5.3 del Decreto 317/1996 del País Vasco.

³⁰² Ver TATO PLAZA, A., "Régimen jurídico de la publicidad en el sector turístico" en *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1997, pp. 67-77.

de manifiesto en la exigencia de una forma escrita del mismo y un contenido contractual mínimo, además se obliga a la entrega de comprobante del contrato celebrado (art. 4.1 de la LVC y art. 9.1 de la LDApT). Así lo establece también la legislación autonómica al determinar el derecho del usuario turístico “*a obtener cuantos documento acrediten los términos de su contratación y, en cualquier caso, las correspondientes facturas legalmente emitidas o documentos sustitutivos*” (art. 7.1 del Decreto 317/1996 del País Vasco).³⁰³ El requisito de la forma escrita no es obstáculo para la aplicación de las normas protectoras de los consumidores a los contratos celebrados electrónicamente, así se ha admitido por la doctrina y la jurisprudencia (STS de 3 de noviembre de 1997).³⁰⁴

La protección del usuario turístico se pone de manifiesto también en la regulación de las condiciones generales de contratación que deben ajustarse a lo establecido en la LCGC y en el art. 10 bis y Disposición Adicional 1ª de la LGDCU. Se exige que estas cláusulas se ajusten a los criterios de transparencia, claridad, concreción y sencillez, en el caso de que haya dudas en la interpretación de las condiciones generales oscuras, se resuelven a favor del adherente y se consideran nulas las condiciones generales que sean abusivas.³⁰⁵

Como vemos la protección de los intereses económicos y sociales se han regulado de una manera más general en las diferentes normas autonómicas sobre

³⁰³ Ver también art. 30 apartado c) de la Ley de Turismo de Cataluña, art. 6.1 apartado c) de la Ley de Turismo de La Rioja, art. 23.1 apartado b) de la Ley de Turismo de Andalucía, art. 45.3 de la Ley de Turismo de Murcia, art. 17 Uno apartado 2) de la Ley de Turismo de la Comunidad Valenciana, art. 34 apartado c) de la Ley de Turismo de Castilla La Mancha, art. 47.1 apartado c) de la Ley de Turismo de Extremadura, art. 39.3 de la Ley de Turismo de las Islas Baleares art. 8 apartado c) de la Ley de Turismo de la Comunidad de Madrid.

³⁰⁴ Ver PENDÓN MENÉNDEZ, M. A., "Viajes Combinados" en *Comercio electrónico y protección de los consumidores*, dir. ILLESCAS ORTIZ, R., Madrid, 2001, pp. 881-884, MÁRQUEZ LOBILLO, P., "La celebración del contrato de viaje combinado a través de Internet" en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico...*, ob. cit., pp. 271-275; RUIZ MUÑOZ, M., "La contratación electrónica" en *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, ob. cit., pp. 40-42. También lo admite la Directiva 2000/31/CE de 8 de junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (en adelante DCE).

³⁰⁵ Ver BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 223-224, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 59.

turismo y de forma más específica estableciendo un número mayor de requisitos en la LVC y en la LDApT.

- **Derecho a la indemnización y reparación de los daños y perjuicios**

El reconocimiento del derecho del usuario turístico a ser indemnizado por los daños y perjuicios sufridos por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso de los servicios contratados tiene como finalidad paliar los trastornos sufridos por no haberse realizado las vacaciones según lo previsto.³⁰⁶ Los daños reparables serán tanto los corporales, como los patrimoniales y los morales. Los daños corporales no presentan ninguna particularidad especial; en cuanto a los daños patrimoniales surgen por la consideración de que las vacaciones malgastadas producen una pérdida de ingresos, es decir, se indemniza el valor vivencial de unas vacaciones frustradas que debían indemnizarse conforme a las reglas de la responsabilidad civil. Los daños morales, es decir, los que producen una pérdida de ocio, de vacaciones o del disfrute que conllevan a causa de deficiencias o defectos de calidad en el servicio prestado, por ejemplo cuando la oferta prevé un hotel de cuatro estrellas junto al mar y luego la categoría del hotel resulta ser inferior o está a varios cientos de metros del mar.³⁰⁷

De la no prestación del servicio contratado en las condiciones pactadas también se ocupan las diferentes normas autonómicas que en algunos casos lo califican como infracción grave o muy grave.³⁰⁸ El usuario turístico ante la

³⁰⁶ Según RUBIO GIL la deficiencia en la prestación de servicios es una de las reclamaciones con mayor incidencia, la mayoría son contra agencias de viajes, hoteles y servicios de restauración, en "Producto turístico...", ob. cit., pp. 54-55.

³⁰⁷ El "solaz vacacional" no es un bien jurídico elevado a la categoría de derecho, sino una consecuencia negativa del incumplimiento del contrato de viaje combinado, ver MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., p. 227.

³⁰⁸ Así la Ley de Turismo de Canarias en el art. 75.4 establece como infracción muy grave "*no prestar un servicio según lo convenido entre las partes, cuando de ella se deriven perjuicios graves para los usuarios*", al igual que la Ley del Turismo de Extremadura en su art. 75..5.

prestación defectuosa o falta de prestación del servicio contratado podrá interponer una queja a través de las hojas de reclamaciones mediante la cual instará a la Administración a realizar una inspección y en el caso de haberse cometido una infracción imponer una sanción.³⁰⁹ También podrá efectuar las reclamaciones oportunas ante los tribunales competentes o acudir a un sistema extrajudicial de solución de controversias como es el arbitraje turístico o el sistema arbitral de consumo.³¹⁰

Hasta aquí hemos visto los derechos que posee el turista como consumidor o usuario, si bien las normas autonómicas sobre turismo también recogen una serie de derechos que no se corresponden con los reconocidos a los consumidores en la LGDCU. Así el derecho a la no discriminación en el acceso a los establecimientos turísticos,³¹¹ el derecho a la intimidad y a la tranquilidad,³¹² o el derecho a ser atendidos por la empresa turística de forma profesional, hospitalaria y cortés.³¹³ Algunos de estos derechos como el derecho a la intimidad o a la no discriminación pueden corresponderse con los derechos fundamentales reconocidos en el Título I Capítulo II de la Constitución, pero habría que preguntarse dónde se encuentran regulados el derecho a la tranquilidad o el

³⁰⁹ Acerca del régimen de funcionamiento de las hojas de reclamaciones, ver BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 227-230. Sobre el funcionamiento del procedimiento sancionador en materia turística ver BLASCO DÍAZ, J. L., "La disciplina turística: inspección y sanción" en *Lecciones de Derecho del Turismo*, ob. cit., pp. 184-223, ARCARONS SIMÓN, R., *Manual de Derecho...*, ob. cit., pp. 195-200.

³¹⁰ En Benidorm se estableció por primera vez en 1997 un arbitraje de consumo turístico con el fin de resolver los conflictos de los consumidores en un breve plazo de tiempo, a ser posible durante la propia estancia vacacional, ver Boletín informativo del INC nº 29, junio, 1998, p. 4. Acerca del arbitraje turístico ver BADENAS CARPIO, J. M., "El arbitraje turístico" en *Lecciones de Derecho del Turismo*, ob. cit., pp. 376-395; MARTÍN BERNAL, J. M., "El arbitraje como defensa de los consumidores y usuarios en España y en el Derecho Comunitario", en *Estudios sobre Consumo*, nº 45, 1998, pp. 67-82.

³¹¹ Establecido en el art. 18.2 apartado d) de la Ley de Turismo de Galicia, art. 17.5 de la Ley de Turismo de la Comunidad Valenciana, art. 15.3 de la Ley de Turismo de Canarias.

³¹² Recogidos ambos en el art. 19 de la Ley de Turismo de Canarias, en el art. 23 apartado e) de la Ley de Turismo de Andalucía, art. 42 de la Ley de Turismo de las Islas Baleares, art. 30 apartado e) de la Ley de Turismo de Cataluña.

³¹³ Art. 23 apartado b) de la Ley de Turismo de Cantabria, podemos encasillar también dentro de este concepto el derecho a ser atendido con el debido respeto que recoge el art. 8 apartado e) de la Ley de Turismo de la Comunidad de Madrid.

derecho a ser atendidos con el debido respeto, en un intento de delimitar estos conceptos las normas autonómicas han establecido la prohibición de realizar actividades productoras de ruidos o a la instalación de cámaras de captación de imagen y sonido.

Podemos destacar que las Comunidades Autónomas en las que de forma más específica se han regulado los derechos de los turistas como consumidores es en aquellas en las cuales el turismo es uno de los principales motores de su economía, por lo comprenden que siempre que un turista esté satisfecho volverá a pasar sus vacaciones en esa Comunidad. Dentro de los derechos de los turistas también están el derecho a la calidad de un entorno natural y urbano ordenado, limpio y no contaminado, el derecho a la prestación de servicios de ejecución obligatoria o el nuevo principio de unidad alojativa recogido en la legislación canaria y que pretende simplificar la obligación del turista de presentar tantas reclamaciones como servicios turísticos le sean prestados, en el caso del aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles, imponiendo la existencia de un único centro de imputación (art. 38.2 de la Ley de Turismo de Canarias).³¹⁴

• Obligaciones del turista

Tanto la normativa autonómica como la regulación legal de los contratos turísticos establecen no sólo derechos para el turista como consumidor, sino también una serie de obligaciones que surgen del contrato pactado³¹⁵ o de su relación con el medio en el que desarrolla su actividad de ocio y esparcimiento. El usuario turístico deberá pagar el precio de los servicios contratados siendo ésta una de las principales obligaciones recogida en toda la normativa autonómica, sin

³¹⁴ Acerca del principio de unidad alojativa ver BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., pp. 225-227.

³¹⁵ Los contratos turísticos como contratos bilaterales emanan obligaciones para ambas partes participantes en el mismo, PÉREZ DE LA CRUZ, A., "Los contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, vol. II, dirigido por URÍA, R., MENÉNDEZ, A., Madrid, 2001, p. 277.

posibilidad de eximirse de esta obligación a pesar de haber presentado una reclamación por la deficiencia en la prestación del servicio contratado.³¹⁶ Pero además de la obligación de pagar el precio, que es una de las principales para una de las partes en un contrato de prestación de servicios, se recogen también otras como la observación de las normas de higiene y convivencia social, y cuando la actividad turística se desarrolle en un establecimiento han de respetarse los reglamentos de régimen interior.³¹⁷ Sin embargo MARTÍNEZ NADAL considera que más que obligaciones contractuales se trata de deberes que se han recogido en estas leyes autonómicas de turismo, pero que tienen su origen en normas internas o administrativas como el art. 21 del Decreto 231/1965 del Estatuto regulador de las empresas y actividades turísticas privadas.³¹⁸

Otra de las preocupaciones de los legisladores autonómicos ha sido la conservación del entorno medioambiental, así como el cuidado de los establecimientos e instalaciones en los que se prestan los servicios turísticos. Estas son las obligaciones que han de cumplir los usuarios turísticos en la mayoría de las Comunidades Autónomas, que las enumeran en sus normas de un modo similar. Si bien la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, además obliga al turista a comunicar al prestador de servicios las quejas o reclamaciones durante el disfrute de las mismas, se puede entender que estamos ante una manifestación de la carga de diligencia que pesa sobre cualquier acreedor en el ejercicio de su derecho de crédito.³¹⁹ También se incluye la obligación de no ceder a terceros el

³¹⁶ Ver art. 12 del Decreto 317/1996 del País Vasco, por el que se regulan los derechos y obligaciones del usuario turístico; art. 24 de la Ley 12/1999 de 15 de diciembre, reguladora del turismo de Andalucía; art. 24 de la Ley 5/1999 de 24 de marzo, de ordenación del turismo de Cantabria; art. 18.1 de la Ley 3/1998 de 21 de mayo de promoción y ordenación del turismo en la Comunidad Valenciana.

³¹⁷ Así la mayoría de las obligaciones que recoge la normativa autonómica se corresponden con las derivadas del contrato de hospedaje, ver CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R., *El contrato turístico de alojamiento hotelero*, Granada, 2001, pp. 76-77, BLANQUER, D., *Derecho...*, ob. cit., p. 389, PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., "Arrendamientos mercantiles" en *Derecho Mercantil*, vol. II, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Barcelona, 2002, p. 558.

³¹⁸ MARTÍNEZ NADAL, A., *El contrato...*, ob. cit., pp. 84-86.

³¹⁹ Cualquier acreedor ostenta la facultad de rechazar la prestación realizada si no se adecua a lo

uso de los servicios contratados, la cual no sería de aplicación al contrato de viaje combinado ya que la LVC recoge la figura del cesionario como una de las partes del contrato.

En cualquier caso la legislación autonómica no impone sanciones a los usuarios turísticos por el incumplimiento de estas obligaciones y sólo existe la posibilidad de adoptar medidas disciplinarias³²⁰ o recurrir a los tribunales para reclamar la indemnización de los daños y perjuicios.

convenido (arts. 1166 y 1169 CC), pero ha de ejercitar esa facultad de forma diligente, de modo que si acepta sin reserva alguna una prestación defectuosa sabiendo o debiendo haber sabido que lo era el deudor queda exonerado de responsabilidad, esta regla también se encuentra recogida en el Cc en los preceptos referidos a la compraventa mercantil, ver CABANILLAS SÁNCHEZ, A., *Las cargas del acreedor en el Derecho civil y en el mercantil*, Madrid, 1988, pp. 110 y 223-225.

³²⁰ Como así establece el art. 19 de la Ley de Ordenación del Turismo en Galicia.

CAPÍTULO 3

EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO Y SU REGULACIÓN

3.1.- INTRODUCCIÓN

La importancia cualitativa y cuantitativa del turismo no sólo es relevante por su aspecto económico, sino también por el número de reclamaciones y denuncias que los consumidores presentan, por las deficiencias de los viajes combinados. La protección del turista como consumidor se ha puesto de relieve en el ámbito comunitario, la Directiva sobre viajes combinados 90/314/CEE realiza una identificación entre turista y consumidor. El turista se beneficiará de la protección que le da esta norma ya sea parte en el contrato, cesionario o miembro de un grupo en cuyo nombre otra persona haya celebrado un contrato relativo a un viaje combinado.

La adaptación de la Directiva al ordenamiento interno español dio lugar a la Ley 21/1995 de 6 de julio reguladora de los viajes combinados. La LVC

que en muchos casos realiza una implementación de la norma comunitaria, desarrolla la protección del consumidor y del mercado de los servicios turísticos regulando el contrato de viaje combinado. En la LVC se define el viaje combinado como la combinación previa de transporte y alojamiento u otro servicio turístico, ofrecida con arreglo a un precio global. La finalidad de la norma es proteger al consumidor en sus relaciones con el organizador y detallista del viaje combinado. Para lo cual se establecen tres niveles, en un primer momento en la fase precontractual el consumidor tendrá derecho a recibir un programa o folleto informativo conteniendo la oferta del viaje, por lo que deberá recoger todos los elementos establecidos en la LVC; en una segunda fase de formalización del contrato se realizará por escrito y el consumidor tendrá derecho a recibir una copia del mismo que también tendrá un contenido mínimo, en la tercera y última fase de ejecución del contrato el consumidor se verá protegido ante un incumplimiento o cumplimiento defectuoso mediante un sistema de responsabilidad recogido en el art. 11 de la LVC, que se ha convertido en la materia clave del contrato de viaje combinado. El carácter novedoso de este sistema de responsabilidad se centra en ser totalmente diferente al que existía con la normativa anterior, el art. 11 de la LVC establece la distribución de responsabilidad entre organizador y detallista en función de su ámbito de gestión del viaje. Sin embargo la deficiente redacción del precepto, ha dado lugar a posturas contrapuestas en cuanto a las cuestiones interpretativas que surgen del mismo. Por otro lado con la finalidad de que el consumidor se encuentre protegido frente a la insolvencia de los organizadores y detallistas, se establece un sistema de garantía de la responsabilidad contractual.

Por ello analizando la regulación del que sea el contrato turístico por excelencia pretendemos poner de relieve la necesidad de cubrir las lagunas que tiene la LVC y mejorar el ámbito de protección del turista como consumidor.

3.2.- LOS CONTRATOS TURÍSTICOS

La rama jurídico-privada del ordenamiento del turismo que regula las relaciones entre las partes que intervienen en el tráfico turístico, nos sitúa ante los denominados contratos turísticos,¹ que a pesar de no encontrarse reconocidos legalmente, la doctrina ha encontrado una serie de rasgos comunes a estas figuras contractuales.² En primer lugar el sujeto recibe la prestación de los servicios turísticos contratados fuera de su residencia habitual, por lo que el turista tendrá que desplazarse al lugar donde ha contratado la prestación del servicio y "no puede hablarse de servicios turísticos destinados, exclusivamente, a residentes en el lugar donde se ejecutan".³ Este factor de desplazamiento del usuario turístico aumenta la dificultad del mismo para el ejercicio de sus derechos como consumidor. Por ello se impone a los prestadores de servicios turísticos mayores cargas que en otras figuras contractuales; así deberá suministrar prestaciones no previstas al momento de contratar la principal, como asistencia médica en caso de accidente o enfermedad o asistencia jurídica en caso de robo o pérdida de enseres; también debe suministrar una información completa de todo lo referente al contrato y al lugar en que se prestan los servicios.⁴

¹ También la jurisprudencia se hizo eco de estas nuevas figuras contractuales, así la SAP de Palma de Mallorca de 24 de noviembre de 1979 señala que "los territorios que han sido objeto de afluencia masiva de turistas, como es el caso español, se han visto precisados de crear una infraestructura de servicios, y al tiempo, nacer unas nuevas formas contractuales determinadas por las necesidades nuevas".

² Ver PÉREZ DE LA CRUZ, A., "Los contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., pp. 275-277, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 47-50, PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., "Arrendamientos mercantiles" en *Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 558, VALENZUELA GARACH, F., "Arrendamientos mercantiles" en *Lecciones de Derecho Mercantil*, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Madrid, 2002, pp. 500-502, SAN JULIÁN PUIG, V., "Contratos Turísticos" en *Contratos Mercantiles*, tomo I, dir. DE LA CUESTA RUTE, J. M., 2001, Barcelona, pp. 469-470, VICENT CHULIÀ, *Introducción...*, ob. cit., p. 795., JIMÉNEZ BLANCO, G., "Contratos Turísticos, viajes de estudios al extranjero, catering, engineering, merchandising" en *Cuadernos de Derecho Judicial*, Madrid, 1997, pp. 193-194, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 47.

³ AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 47.

⁴ Junto con las prestaciones propias de cada contrato turístico, existen otras de carácter no definido consistentes en la asistencia personal al turista para lograr que durante su tiempo de vacaciones goce de unos determinados niveles de confort considerados tan importantes como los servicios básicos que integran el contenido del contrato, PÉREZ DE LA CRUZ, A., "Los

En segundo lugar el factor lúdico, es decir, la finalidad del viaje o desplazamiento que realiza el usuario turístico es el placer o recreo buscando un cierto confort por medio del consumo de determinados servicios.⁵ Por ello tiene especial importancia el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato ya que la jurisprudencia ha reconocido el valor vivencial de unas vacaciones frustradas que son indemnizadas conforme a las reglas de la responsabilidad civil.

Los contratos turísticos son contratos mercantiles ya que se realizan por empresas turísticas a las que les son aplicables el estatuto del comerciante,⁶ éstas se constituyen con forma de sociedad mercantil en muchos casos, porque así lo exige el ordenamiento jurídico o de forma voluntaria. Los contratos turísticos se pueden clasificar atendiendo a diferentes criterios, sin embargo nos quedaremos con la figura del turista como consumidor y desde esta perspectiva se pueden dividir los contratos turísticos en dos bloques, los contratos turísticos interempresariales y los contratos turísticos de consumo.⁷ Los contratos turísticos interempresariales son aquellos que aunque destinados en última instancia a ofrecer una prestación al turista como consumidor vinculan entre sí a empresas prestadoras de servicios turísticos, es decir, cumplen una función preparatoria de los distintos servicios turísticos. Estos contratos mercantiles vincularán exclusivamente a las empresas que los concierten. Dentro de este apartado encontramos el contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de contingente, el contrato de gestión hotelera o el contrato de charter aéreo. Los contratos turísticos de consumo son

contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 277.

⁵ Ver ÁLVAREZ SOUSA, A., "El ocio turístico...", ob. cit., p. 32.

⁶ Así el ejercicio de la actividad hostelera constituye ejercicio del comercio a los efectos del art. 1 del Cc, ver VICENT CHULIÁ, F., *Compendio crítico de Derecho Mercantil*, II, Barcelona, 1990, p. 367.

⁷ Este criterio de clasificación de los contratos turísticos viene propuesto por la doctrina, así ALCOVER GARAU, G., "Aproximación al régimen jurídico del contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de contingencia", *Revista de Derecho Mercantil*, n° 228, 1998, pp. 625-626, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 50-51, COCA PAYERAS, M., *La contratación turística (Los contratos turísticos como contratados sometidos a condiciones generales)*, Conferencia pronunciada en el Consell Insular d'Eivissa, Febrero, 1993.

aquellos en los que interviene el turista como destinatario final de la prestación de servicios turísticos.⁸ Estos contratos podrán ser concluidos directamente con la empresa encargada de suministrarle el servicio, en cuyo caso nos encontraremos ante los contratos de consumo directos; o bien pueden ser celebrados entre el turista y una agencia de viajes que ejerciendo sus funciones de intermediación ofrece servicios ajenos, estos son los contratos de consumo de mediación, que a su vez por su contenido se pueden dividir en contratos de servicios sueltos y de paquetes turísticos (el contrato de viaje combinado y el crucero turístico).⁹

Las figuras que surgen de la contratación turística poseen numerosas características afines con otros sectores de la contratación mercantil,¹⁰ así encontramos la utilización, en la mayoría de los casos, de los contratos de adhesión, condiciones generales de la contratación, el desequilibrio entre las partes contratantes debido a la superioridad de la empresa prestadora de servicios o unos mensajes publicitarios no adecuados a la realidad de la prestación turística. Por ello a los contratos turísticos les serán aplicables las normas generales sobre contratos y obligaciones del Derecho privado (arts. 50 a 63 del Cc y concordantes del CC) y las normas especiales como la LGDCU, la LCGC, la LCC, etc.¹¹ Algunos contratos turísticos han sido objeto de

⁸ Sin embargo MARTÍNEZ ESPÍN considera como contratos turísticos exclusivamente los contratos de consumo, pero dentro de éstos sólo los que se celebran entre el organizador o detallista y el turista, en *El contrato...*, ob. cit., p. 121.

⁹ Sin embargo no existe una única clasificación de los contratos turísticos ya que podemos encontrar otros criterios clasificatorios, así PÉREZ DE LA CRUZ los divide en cuatro grandes grupos: 1. Contratos preparatorios de la actividad turística; 2. Contratos relativos al alojamiento; 3. Contratos relativos al avituallamiento; 4. Contrato de servicios combinados; 5. Contratos relativos al transporte; en "Los contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., pp. 279-280. AURIOLES MARTÍN los clasifica según el sector en el que se practiquen en contratos de alojamiento, contratos de viajes combinados, contratos de transporte, etc., en *Introducción...*, ob. cit., pp. 50-51. También ALCOVER GARAU en "Protección jurídica del turista...", los clasifica por el servicio prestado en cinco tipos: contratos relativos a la prestación de servicios completos a los viajeros, contratos relativos al transporte de turistas, contratos relativos a la prestación de servicios de alojamiento y manutención, contratos relativos a la producción y venta de mercaderías destinadas a los viajeros, contratos relativos a los servicios de distracción y esparcimiento para los viajeros, ob. cit., p. 65.

¹⁰ Para PÉREZ DE LA CRUZ los contratos turísticos no se configuran como una categoría independiente dentro del ordenamiento, en "Los contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 279.

¹¹ Ver MARTÍNEZ NADAL, A., *El contrato...*, ob. cit., pp. 15-16, AURIOLES MARTÍN, A.,

regulación por las Administraciones Públicas a través de leyes o normas reglamentarias que pretenden vigilar para una satisfactoria realización de las prestaciones concertadas con los particulares. Pero los que no han obtenido un reconocimiento expreso están sometidos a las reglas legales previstas para otras figuras contractuales con las que presenten alguna analogía. Entre los contratos regulados legalmente se encuentran el contrato de viaje combinado por la LVC, el contrato de transmisión de derechos de aprovechamiento por turno por la LDAPt, los contratos de transporte en sus diferentes modalidades. Sin embargo existen otros contratos que no tienen una regulación específica como el contrato de hospedaje, el contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de contingente, el contrato de gestión hotelera, etc.¹² De todas estas figuras contractuales nos vamos a centrar en el estudio del contrato de viaje combinado.

3.3.- EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO: ELEMENTOS OBJETIVOS Y SUBJETIVOS. CARACTERES

El objeto del contrato es el viaje combinado, para la LVC sólo habrá viaje combinado cuando se produzca “la combinación previa de, por lo menos dos de los siguientes elementos, vendida u ofrecida en venta conforme a un precio global, cuando dicha prestación sobrepase las veinticuatro horas o incluya una noche de estancia: a) transporte, b) alojamiento, c) otros servicios turísticos no accesorios del transporte o del alojamiento y que constituyan una parte significativa del viaje combinado”.¹³

Introducción..., ob. cit., p. 48, SAN JULIÁN PUIG, V., “Contratos Turísticos” en *Contratos Mercantiles*, ob. cit., p. 469.

¹² Existen numerosas normas de rango reglamentario aprobadas por las Administraciones Públicas que regulan los contratos turísticos, por lo que se ha planteado la innecesariedad de dicha regulación y el mantenimiento de la voluntad de los contratantes en virtud de lo establecido en el art. 1255 CC, ver, AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 49-50.

¹³ La OM de 9 de agosto de 1974 reguladora de las agencias de viajes llamaba viaje combinado al integrado por varios servicios relacionados entre sí con especificación de sus respectivos

El contenido del viaje combinado coincide con el que se ha acogido en nuestro Derecho para definir el llamado paquete turístico,¹⁴ la característica principal de ambos se basa en la comercialización a un precio global de un conjunto de servicios previamente programados o proyectados a solicitud del cliente. Este objeto del contrato constituye la prestación esencial de la agencia de viajes, cuya obligación consiste en la coordinación de los distintos servicios que componen el viaje antes de su ofrecimiento al público, ahora bien la prestación de estos servicios se realizará por los empresarios concretos como son los transportistas, hoteleros, etc.¹⁵ Si bien para el consumidor el objeto del contrato es el viaje combinado como un concepto único sin atender a los distintos servicios que lo componen.¹⁶ Así mismo esta fase previa de coordinación es independiente del contrato por ello la LVC no distingue si los servicios son prestados por el organizador o por empresarios contratados por éste.

1. Como vemos el viaje combinado debe incluir al menos dos de los siguientes elementos: transporte, alojamiento y otros servicios turísticos de diversa índole, siempre que no sean accesorios de aquellos y que constituyan una parte significativa del viaje.¹⁷ Por lo tanto no habrá viaje

precios, en cambio llamaba viaje à forfait cuando se incluyera un conjunto de servicios a tanto alzado, a su vez las clases de a forfait son las concertadas a demanda del cliente con presupuesto subsiguiente de la agencia aceptado por aquél o los programados previamente por ésta y ofertados al público; para PÉREZ DE LA CRUZ esta clasificación es mucho más acertada ya que recogía las modalidades de viajes organizados, en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., pp. 292-294.

¹⁴ En los paquetes turísticos se ofrece un conjunto de servicios al cliente por un precio global, según la oferta de la agencia o encargo del cliente, existiendo normalmente un viaje, ver PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., "Arrendamientos mercantiles" en *Derecho Mercantil*, ob. cit., pp. 558-560.

¹⁵ Ver AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., pp. 137-138; RUIZ MUÑOZ, M., "Contratos de prestación de servicios turísticos de viajes combinados", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, p. 274.

¹⁶ DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado. La responsabilidad de las agencias de viajes*, Madrid, 1997, p. 85. Ver también MINERVINI, "Il contratto turistico", *Rivista di Diritto Commerciale*, n° 9-10, 1974, p. 279, y DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo intracomunitarios. (Adquisición de vivienda y viajes combinados)*, Madrid, 1995, p. 820.

¹⁷ A pesar de que la LVC no aclara los servicios turísticos que podrían formar parte del contrato de viaje combinado, podemos deducir la necesidad de que los mismo tengan entidad propia diferente del transporte y el alojamiento, y además que incidan de manera notable en el

combinado cuando una de las dos únicas prestaciones sea accesoria de la principal a la que se encuentra funcionalmente subordinada: por ejemplo, desayuno en el hotel, transporte del aeropuerto al hotel, etc. Sí lo habrá cuando las diversas prestaciones sean de similar importancia y tengan un valor por sí mismas: así se combinaría alojamiento o transporte con un curso de idiomas, excursiones, servicio de manutención, etc.¹⁸ Sin embargo el problema se ha planteado con los viajes de estudios al extranjero en los que el alojamiento se realiza en una vivienda particular de acogida, es decir, alojamiento en régimen familiar. En estos casos el TJCE en sentencia de 11 de febrero de 1999 excluye de la aplicación de la DVC estos viajes.¹⁹

En cuanto a las comidas hay que distinguir las que se sirven en un avión o como ya hemos dicho las comprendidas en el alojamiento, de las situaciones en que se contrata el alojamiento con pensión completa o incluso media pensión, menos aún cuando se le ofrece al consumidor como prestación distinta de la del alojamiento, permitiéndole que opte por incluirla o no en el paquete a cambio del correspondiente ajuste en el precio global. Además es posible que el servicio de restauración de un determinado hotel, sea tan costoso como la habitación o sea motivo determinante, para decidir a un consumidor a favor de ese hotel en particular.²⁰ Lo que queda claro es que para que haya viaje combinado no

precio global del viaje, como podría ser la cesión de un local de convenciones en un viaje de negocios o la práctica de determinados deportes en uno de tipo deportivo, ver AURIOLES MARTÍN, A., "Ámbito de aplicación y objeto de la Ley 21/1995: la definición legal de viaje combinado", en *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, pp. 165-166.

¹⁸ También un crucero es un viaje combinado, aunque el transporte hasta el lugar de partida esté a cargo del propio viajero, puesto que en él se combinan varias prestaciones principales, ver al respecto GÓMEZ CALLE, E. *El contrato de viaje combinado*, Madrid, 1998, p. 72.

¹⁹ El TJCE entendería que la prestación del servicio turístico de alojamiento sería el realizado en establecimientos hoteleros o similares con carácter oneroso, dejando fuera otro tipo de ofertas de alojamiento como el acogimiento en una familia, ver CORDONES RAMÍREZ, M., "Sobre la aplicación de la normativa de viajes combinados a los viajes de estudios al extranjero con alojamiento familiar. (Comentarios al hilo de la Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 11 de febrero de 1999)" en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 372-373.

²⁰ GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico del contrato de viaje combinado*, Madrid, 1997, p.

es imprescindible que el mismo incluya transporte ni todas las prestaciones vinculadas al viaje.

2. Las prestaciones han de ofrecerse coordinadas entre sí, integrando un conjunto organizado.²¹ Esto no se da cuando es el viajero quien elige las concretas prestaciones entre las ofertas de una agencia, coordinándolas él mismo: no hay contrato de viaje combinado porque pese a concurrir varias prestaciones de viaje, la agencia no ha realizado ninguna tarea de coordinación u organización previa entre ellas.²²

El desarrollo del comercio electrónico turístico plantea la cuestión de si las ofertas publicitarias on line, de las distintas variantes dentro de un viaje (fecha, lugar, tipo de hotel, etc.) dando la posibilidad al consumidor de confeccionar su propio viaje, se podrían encasillar dentro del conjunto unitario que forma el viaje combinado. El auge de este tipo de contratación, utilizado por las agencias virtuales se basa en la reducción de costes de transacción y posibilidades de interoperar entre varias bases de datos de reservas, al contrario de las agencias de viajes tradicionales basadas en la estandarización de la oferta y la contratación por los consumidores con bastante antelación.²³ Sin embargo la STJCE de 30 de abril de 2002 incluye dentro del concepto de viaje combinado los "viajes a la carta", es decir, aquellos viajes organizados a petición y por iniciativa de un consumidor o grupo reducido de consumidores.²⁴

63.

²¹ Esto incluye la labor de combinación previa de las distintas prestaciones recogidas en el viaje combinado que se convierte en la característica fundamental del mismo, GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M. B., "Revisión del ámbito de aplicación objetivo de la normativa sobre viajes combinados", en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, p. 247.

²² Sin embargo si la citada conjunción de los servicios es coetánea a la formalización del contrato, y en todo caso precede a la formalización del contrato GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual de las agencias de viajes (en el contrato de viaje combinado)*, Madrid, 1999, pp. 98-99.

²³ Para CAVANILLAS MÚGICA el desarrollo de esta práctica contractual podría dar lugar a un problema de definición legal con la consiguiente necesidad de una revisión del supuesto de hecho legislativo, "Contratación on line de viajes combinados" en *Turismo y Comercio electrónico...*, ob. cit., pp. 154-155.

²⁴ Ya que el TJCE entiende que el anexo de la DVC permite incluir entre los elementos que figuran en el contrato las solicitudes especiales aceptadas por el consumidor y la agencia en el momento de la reserva. En este sentido GONZÁLEZ FERNÁNDEZ reconoce que no tiene

Esta labor de organización de servicios turísticos modifica el concepto de agencia de viajes que ofrecía la reglamentación anterior que establecía como actividad esencial la tradicional función mediadora entre el consumidor y quienes están obligados a prestar los servicios comprendidos en el viaje. La calificación de la agencia como sujeto esencialmente mediador sería admisible desde el punto de vista económico, pero en un plano jurídico esta concepción clásica de las funciones de las agencias de viaje se encuentra ampliamente superada tal como demostraba el art. 25 de la Orden de 14 de abril de 1988, que establece las Normas Reguladoras de las agencias de viajes.²⁵

3. El viaje combinado se ofrece por un precio global por ello la definición legal hace referencia a esta característica, pero no es un elemento determinante para su caracterización como combinado: el viaje puede ser combinado aunque el precio de las diferentes prestaciones se encuentre desglosado (art. 1.2 LVC).²⁶ La utilización del precio global la encontramos tanto en la DVC como en la LVC para aludir a los llamados contratos a forfait, caracterizados porque el precio de una cosa o de un servicio que ha de obtenerse de un tercero viene establecido de antemano, en una cuantía determinada y normalmente inferior a la que hubiese tenido que abonar el beneficiario, si adquiere aquélla o solicita éste aisladamente por su cuenta.²⁷ Además la referencia al precio pone de manifiesto que los viajes combinados que se ofrecen gratuitamente quedan fuera del ámbito de aplicación de esta normativa especial, es el caso de los viajes organizados por empresas para dar a conocer sus

sentido alterar los niveles de protección que les ofrece la LVC a los consumidores, en función de que haya partido de ellos o de la agencia, la iniciativa de programar el viaje, en "Revisión del ámbito de aplicación objetivo...", ob. cit., p. 250.

²⁵ Ver AURIOLES MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados y la adaptación de la normativa española de agencias de viajes", *Revista de Derecho Mercantil*, nº 206, 1992, p. 827.

²⁶ Ver GÓMEZ CALLE, E. *El contrato...*, ob. cit., p. 77.

²⁷ Para AURIOLES MARTÍN, A., en los contratos celebrados por las agencias la invariabilidad del precio del forfait no es un elemento fundamental ya que la DVC permite al organizador modificar el precio cuando antes de la salida concurren circunstancias especiales que obliguen a variar de forma significativa el precio del viaje; "La Directiva sobre viajes combinados ..." ob. cit., p. 837.

productos. Sin embargo una cuestión diferente es la de los viajes ofertados a precios reducidos, es decir, aquellos viajes consistentes en que los destinatarios de la promoción sólo pagan las tasas aeroportuarias, cuando realicen el viaje acompañados de otro viajero que abone el importe íntegro y utilicen habitación doble. En este caso la STJCE de 15 de junio de 1999 admite la aplicación de la DVC a este tipo de viajes combinados.²⁸ Se puede considerar el precio como un elemento natural de viaje combinado pero no como un elemento esencial.²⁹

4. En lo que se refiere a la duración mínima que debe tener un viaje combinado, la LVC excluye de su ámbito de aplicación viajes de muy breve duración, que además serán de escasa relevancia económica: sólo considera viaje combinado al que dura más de 24 horas o comprende al menos una pernoctación. AURIOLES MARTÍN encuentra la razón de esta exigencia en la posibilidad de que el turista se convierta en cliente de algún establecimiento hotelero.³⁰ Por otro lado para GÓMEZ CALLE se ha pensado que en viajes que no alcancen estos mínimos no es necesario dispensar al consumidor medidas de protección porque los precios serán tan bajos que los riesgos para el consumidor tampoco pueden ser elevados. Pero alguno de esos viajes puede alcanzar un precio considerable (por ejemplo combinación de vuelo y entradas para un concierto).³¹ Esta exclusión de las excursiones organizadas por las agencias de viajes a un precio global puede suponer una violación de los

²⁸ Aunque el TJCE no lo pone de manifiesto de una forma clara tampoco se podría privar al consumidor de la protección que dispensa la DVC por el sólo hecho de que no se corresponda el valor del servicio turístico contratado con el precio pagado por el mismo, ver CORDONES RAMÍREZ, M., ""Ámbito de aplicación de la normativa de viajes combinados: viajes combinados ofertados a precios reducidos (Sentencia del Tribunal de Justicia de la Comunidades Europeas de 15 de junio de 1999)" en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 215-216.

²⁹ Ver DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 81.

³⁰ En "La Directiva sobre viajes combinados..." ob. cit., p. 838.

³¹ *El contrato de...*, ob. cit., pp. 77 y 78. Así mismo señala TORRES LANA, J. A., que ante las dificultades para definir el concepto de servicios turísticos como objeto de la oferta en relación con las actividades desarrolladas por las agencias de viajes, se ha hecho pivotar el mismo en un dato objetivo el desplazamiento del lugar de residencia habitual durante más de 24 horas; en "La integración de la publicidad...", ob. cit., p. 73.

principios comunitarios de no discriminación e igualdad de trato, ya que no puede entenderse la distinción entre consumidores exclusivamente sobre la base de la duración del servicio.³²

3.3.1.- Elementos personales

El art. 2 de la LVC define los sujetos del contrato de viaje combinado. En su apartado 8 establece que “contrato es el acuerdo que vincula al consumidor con el organizador o el detallista.” Por tanto son dos las partes que han de intervenir en la relación regulada, por una parte la empresa turística que actúa como organizadora del viaje o como detallista o vendedora del mismo, y por otra el consumidor.³³ La única diferencia existente con la definición recogida en la DVC, es que en la misma aparece como cocontratante del consumidor de forma cumulativa o alternativa el organizador o detallista. Esto no significa que nuestro Derecho haya optado porque sólo uno de los dos pueda ser parte en el contrato de viaje combinado, sino que conforme a la definición que hace la LVC del organizador y del detallista, el primero será el único cocontratante del consumidor si es él el que le vende el viaje combinado. Más si lo hace por medio de un detallista lo que resulta de la LVC es que tanto éste como el organizador serán parte del contrato.³⁴

Vamos a examinar los elementos personales del contrato de viaje combinado:

³² En el proyecto originario de la DVC no se contemplaba la exigencia de una duración superior a 24 horas, sin embargo entre las cuestiones a revisar en la DVC se encuentra la eliminación de este requisito para dar una mayor protección a los consumidores, así se recoge en la Comunicación de la Comisión en la que establece la estrategia en materia política de los consumidores 2002-2006, COM (2002) 208 final, de 8 de junio de 2002.

³³ La DVC así como la LVC no utilizan términos como touroperador o agencia de viajes, que hemos empleado en este trabajo, ya que la industria turística se estructura de un modo diferente en cada país europeo.

³⁴ Entre organizador y detallista existe una relación de orden mercantil, es decir un contrato de comisión. El detallista contrata en nombre del organizador comitente, según el art. 247. II del Cc el contrato se perfecciona entre el comitente y la persona con quien contratara el comisionista, ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 85.

1. El organizador: el apartado 2º del art. 2 de la LVC lo define como *“la persona física o jurídica que organice de forma no ocasional viajes combinados y los venda u ofrezca en venta, directamente o por medio de un detallista”*.³⁵ Esta definición reproduce la contenida en el punto segundo del art. 2 de la DVC, la demanda de que la organización de viajes combinados se realice de forma no ocasional tiene como finalidad excluir del campo de aplicación de la normativa a las personas que organizan viajes de forma muy ocasional y que además no poseen la forma jurídica que se exige a estos profesionales (Agencia de Viajes).³⁶ Tal expresión permitió que la doctrina se plantease al estudiar la Directiva, si ello iba a suponer una legalización del intrusismo profesional de las agencias de viajes, pues podían entenderse incluidos determinados organizadores “no ocasionales” pero distintos de las agencias, tales como grupos parroquiales, asociaciones recreativas, etc.³⁷

Por el contrario las personas que se dediquen de forma sistemática a la organización de viajes combinados y no posean la condición de agencia de viajes, sí se encontrarán bajo el campo de aplicación de ésta norma, ya que la expresión “no ocasional” no se refiere a la profesionalidad, sino exclusivamente a la regularidad en la organización de viajes combinados.³⁸

2. El detallista: la LVC lo define como *“la persona física o jurídica que venda u ofrezca en venta el viaje combinado propuesto por un organizador”*. Como vemos la figura del detallista no es siempre necesaria, ya que la venta de viajes combinados la puede realizar el organizador directamente al consumidor, además al detallista no se le exige habitualidad en el ejercicio de su actividad.

³⁵ Según la Propuesta de Directiva del Consejo relativa a los viajes combinados, presentada por la Comisión el 21 de marzo de 1988 (COM-88, 41 final, SYM 122, pp. 41 y 42), el organizador es la persona que concibe el forfait por su cuenta, sin esperar que ningún viajero se lo pida, y propone al público un viaje que ha preparado al detalle, utilizando recursos propios o combinándolos con los de otras personas.

³⁶ RUIZ MUÑOZ, M., destaca la diferencia del ordenamiento español con el alemán que sí permite la venta de viajes combinados por entidades que no desarrollan la actividad profesionalmente, en “Guía explicativa de la Ley de viajes combinados”, *Estudios sobre consumo*, nº 37, 1996, p. 105; quizás sea porque en este país no existen las mismas exigencias administrativas que en Francia, Italia o España.

³⁷ Ver AURIOLES MARTIN, A., “La Directiva sobre viajes combinados...” ob. cit., pp. 839-840.

³⁸ Ver GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp.121 y 122.

La LVC hace una reproducción de las definiciones recogidas en la DVC que aunque no hacía distinción entre persona física y jurídica, se refería a cualquier “persona” en general lo que da lugar a la posibilidad de que la venta de los viajes combinados se realice también a través de personas físicas.³⁹

3. El consumidor o usuario: es “*cualquier persona en la que concurra la condición de contratante principal, beneficiario o cesionario*”. La LVC se ha limitado a transcribir lo regulado en la DVC aunque separa en diferentes apartados las definiciones de contratante principal, beneficiario y cesionario.⁴⁰ Otra variante es el hecho de que se haya especificado que contratante principal puede ser tanto una persona física como jurídica, mientras que beneficiario y cesionario sólo pueden serlo personas físicas.⁴¹ Los términos tan amplios en que la LVC define al consumidor, permite la aplicación de sus medidas protectoras, no sólo al cliente que contrata directamente con el organizador o el detallista (*contratante principal*), sino también a cualquier miembro de un grupo en cuyo nombre otra persona haya estipulado un contrato relativo a un viaje combinado (*beneficiario*) y al tercero a quien se haya transferido el derecho a participar en el viaje (*cesionario*).⁴² Se plasma así en la Ley lo que ya venía reconociéndose por parte de la doctrina, esto es, el carácter de consumidor o usuario del turista en general, por quedar éste comprendido en lo dispuesto en el art. 1.2 de la LGDCU.⁴³

³⁹ Pero la disposición adicional segunda de la LVC dispone que el organizador y el detallista “*deberán tener la consideración de Agencia de Viajes de acuerdo con la normativa administrativa que se dicte al efecto*”, lo que plantea problemas de coherencia, como veremos más adelante, con la legislación administrativa aplicable.

⁴⁰ En los apartados 4, 5, y 6 se definen cada una de estas figuras, “*el contratante principal: es la persona física o jurídica que compre o se comprometa a comprar el viaje combinado*”; “*el beneficiario: es la persona física en nombre de la cual el contratante principal se comprometa a comprar el viaje combinado*”; “*el cesionario es la persona física a la cual el contratante principal u otro beneficiario ceda el viaje combinado*”.

⁴¹ En el art. 2 h) de Ley de Turismo de Andalucía se define como usuario turístico “*a las personas naturales que, como destinatario finales, reciben algún servicio turístico*”, con ello se entiende que la persona jurídica no puede ser destinatario final de los servicios contratados, lo que puede ser asimilable a la distinción que hace la LVC.

⁴² Para RUÍZ MUÑOZ el concepto tan amplio de consumidor recogido en la LVC recoge la figura del cliente que puede ser tanto un consumidor en sentido estricto (destinatario final) como un profesional, en “*Contratos de prestación de servicios turísticos de viajes combinados*” en *Curso sobre protección...*, ob. cit., p. 279.

⁴³ Se incluye no sólo al que efectivamente disfruta o se beneficia de los servicios (turista) sino

Como hemos dicho el consumidor puede actuar como contratante principal, beneficiario o como cesionario; por ello se hace necesario algunas matizaciones en torno a los mismos para perfilar la noción de los personajes que se engloban en la categoría de consumidores de viajes combinados.

- *Contratante principal*: “la persona física o jurídica que compre o se comprometa a comprar el viaje combinado”; es el único consumidor que puede ser persona física o jurídica los demás (beneficiario y cesionario) han de ser personas físicas. Es el único que se relaciona directamente con la agencia organizadora y detallista pero puede que el contratante no sea el consumidor, por lo que se plantean cuestiones a la hora de determinar cual de estas personas tiene acción contra la agencia de viajes para reclamar el cumplimiento de los deberes contractuales.⁴⁴ Por ello hay que desglosar cuales son las relaciones que se establecen entre el contratante principal y los otros consumidores y el momento en que se establecen. La actividad que realiza el contratante no sólo es la conclusión del contrato sino también puede realizar un precontrato obligándose a comprar con posterioridad.⁴⁵
- *Beneficiario*: “es la persona física en nombre de la cual el contratante principal se comprometa a comprar el viaje combinado”. En los supuestos de viajes colectivos la protección como consumidor se extiende también a los demás beneficiarios del viaje combinado, es decir a las personas en cuyo nombre el contratante principal adquiere o

también a quien los contrata, pues en todos los casos “se trata de personas físicas o jurídicas que adquieren utilizan o disfrutan, como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden” (art. 1.2 LGDCU).

⁴⁴ Para MARTÍNEZ ESPÍN el beneficiario también tiene derecho a ejercitar todas las acciones relativas al contrato de viaje combinado que correspondan al contratante principal desde el momento en que se constituya la relación obligatoria, en *El contrato...*, ob. cit., pp. 100-101.

⁴⁵ Para ALCOVER GARAU el contratante principal no actúa en nombre del beneficiario, es decir, como un mero representante de éste, que sería así el contratante, sino que actúa en nombre propio pero estipulando el contrato a favor de tercero, en “La normativa comunitaria sobre viajes combinados y su adaptación al ordenamiento español” *Revista de Derecho Mercantil*, nº 232, 1999, p. 693.

se compromete a comprar el viaje.⁴⁶ Para DE LA HAZA DÍAZ,⁴⁷ en el caso de que existan beneficiarios, estaremos en presencia de un contrato en favor de terceros, a pesar de que se podría pensar en la existencia de un mandato o comisión, pero en ese caso el contratante principal no sería el verdadero contratante, sino un mandatario del beneficiario. Las dos consecuencias que se derivan de esto son: en primer lugar que el beneficiario no se obliga en nada respecto de la agencia de viajes por el hecho de que el contratante principal haya pactado a su favor la realización de un viaje combinado; ¿pero sería legítimo que el beneficiario quedara protegido por las prerrogativas que se le conceden como consumidor y no resulte obligado por las cargas que surgen de la contratación del viaje combinado?. En segundo lugar el beneficiario puede exigir del contratante principal el cumplimiento del contrato siempre que, según el art.1257.2º CC, *“haya hecho saber su aceptación al obligado antes de que haya sido aquella (la estipulación) revocada”*.⁴⁸

- *Cesionario: “es la persona física a la cual el contratante principal u otro beneficiario cede el viaje combinado”*.⁴⁹ Lo que resulta de esta definición es la necesidad de concretar si lo que el cedente transmite es el derecho de crédito que tiene contra la agencia, es decir, el derecho a realizar él el viaje combinado, o si lo que se cede en realidad es la posición contractual y no sólo el derecho a percibir la prestación. Para la doctrina que estudió la DVC nos encontramos ante una cesión de

⁴⁶ La DVC eliminó la expresión “al público en general” ya que esta mención excluye de su ámbito los viajes combinados comercializados para grupos de edad o de intereses determinados.

⁴⁷ En *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 74.

⁴⁸ Sin embargo para GÓMEZ CALERO la inclusión del beneficiario puede interpretarse como un caso de representación directa, legal o voluntaria, en *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 49-50.

⁴⁹ La primera propuesta de la DVC recogía el supuesto de que si debido a un acontecimiento extraordinario y de gravedad, debidamente notificado al organizador o detallista, como mínimo, una semana antes de la salida, el consumidor no podía realizar el viaje combinado, se le reconocía el derecho a transferir la reserva a otra persona que reuniera las condiciones y los requisitos legales y administrativos para participar en él y que se hiciera responsable del pago de la cantidad pendiente de pago.

crédito y que en lo no regulado hay que acudir a las reglas generales del CC (arts. 1526 y ss.).⁵⁰

En cambio otro sector doctrinal⁵¹ se muestra a favor de la cesión de la posición contractual, entre los argumentos que se proponen encontramos en primer lugar la referencia expresa de la Exposición de Motivos de la LVC a que el derecho a la cesión de la reserva es en garantía de los intereses de los destinatarios del servicio turístico, es decir los consumidores. En segundo lugar cuando se hace referencia al consumidor en la LVC se incluye en éste término al cesionario ya que el mismo adquiere no sólo el derecho a realizar el viaje, asimismo puede ejercer los derechos accesorios a la prestación principal como por ejemplo el de recibir información. Por último se configura la cesión como un derecho del contratante principal o del beneficiario y un deber del organizador sin que se contemple la posibilidad de que, siempre que concurren ciertas condiciones previstas, pueda negarse éste a la cesión.

Por otra parte el cesionario responde de manera solidaria con el cedente del pago de las cantidades pendientes y otros gastos adicionales que pudiera generar la cesión,⁵² la Ley establece esta medida de garantía en favor del organizador o detallista debido a la obligación de aceptar la cesión del contrato.

4. Otros sujetos con intervención en la ejecución del contrato de viaje combinado: para la ejecución del viaje combinado el organizador puede contar o no con medios propios, puede disponer de una infraestructura propia y de un personal a su servicio dependiente de él. Pero si no dispone de todo esto,

⁵⁰ Ver AURIOLAS MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 841; QUINTANA CARLO, I., "La adaptación del Derecho español a la normativa europea sobre viajes combinados" *Turismo y Defensa del Consumidor*, Palma de Mallorca, 1991, p. 126.

⁵¹ DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 75 y 76; TUR FÁUNDEZ, N., "El contrato de viaje combinado; notas sobre la Ley 21/1995 de 6 de julio de regulación de los viajes combinados", *Aranzadi Civil*, 1996, I, pp. 214 - 216.

⁵² El reglamento de agencias de viajes de 1963 también autorizaba a los clientes a subrogar a otras personas en su lugar, pero no se trataba de una subrogación en sentido legal sino de una cesión de créditos sometida a las reglas del Derecho Privado. ROBLES ÁLVAREZ de SOTOMAYOR, A., *El contrato de viaje combinado (el "forfait")*, Madrid, 1966, pp. 80-82.

deberá contratar los servicios incluidos en el viaje con personas o empresas independientes, como hoteles, compañías de transportes, etc., a los que la LVC (art. 11.1) denomina *prestadores de servicios*.⁵³ La intervención de estos prestadores de servicios plantea dos cuestiones: en primer lugar la responsabilidad de los organizadores por el incumplimiento de aquellos; y en segundo lugar la legitimación del consumidor para exigir directamente del prestador de servicios la ejecución del mismo y en su caso las responsabilidades.

En cuanto a la responsabilidad de los organizadores por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso de los prestadores de servicios, el organizador responde de su actuación lo mismo que si fuera propia, sin perjuicio de las acciones de repetición que resulten pertinentes, así se encuentra regulado en los arts. 5.1 y 11.1 de la LVC. Por lo que se refiere a la legitimación del consumidor, para exigir directamente del prestador de servicios la ejecución del mismo, se puede decir que a pesar de que el consumidor no ha contratado directamente con él, la reclamación directa del consumidor sería posible, si el contrato entre organizador y prestador del servicio se configura como un contrato en favor de tercero, siendo el consumidor el tercero beneficiario. De este modo dispondría de una pretensión contractual contra el prestador del servicio como promitente.⁵⁴ Para GÓMEZ CALLE es improbable que la voluntad de las partes sea configurarlo como un contrato en favor de tercero, porque con ello el prestador del servicio saldría perjudicado, si se entiende que el promitente no puede oponer frente al beneficiario, las excepciones que él mismo pueda ostentar contra el estipulante. Además esta configuración del contrato no tiene por qué interesar al organizador quien en cualquier caso sigue respondiendo frente al consumidor

⁵³ Como veremos con posterioridad es frecuente encontrar en los folletos informativos una cláusula de mediación con la que los empresarios pretenden exonerarse de la responsabilidad por las deficiencias en la prestación de servicios, la cual en muchos casos lesiona o impide el ejercicio de los derechos del viajero.

⁵⁴ El contrato en favor de tercero se caracteriza por atribuir a éste de manera directa un derecho subjetivo para exigir el cumplimiento de la promesa estipulada en su beneficio, Díez-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho civil patrimonial*, vol. I, Madrid, 1996, p. 403.

de los eventuales incumplimientos del prestador de los servicios.⁵⁵ Para esta autora la solución pasaría por un acercamiento de las responsabilidades contractual y extracontractual y justificaría que al prestador de servicios como titular de unos deberes de cuidado le sean aplicables las reglas propias de la responsabilidad contractual o la responsabilidad por los auxiliares del cumplimiento, aunque no sean dependientes del obligado.

3.3.1.I.- Agencias de viajes

La primera reglamentación de las Agencias de viajes en nuestro país se produjo en el Decreto de 19 de febrero de 1942 que era un fiel reflejo del intervencionismo público en todos los sectores económicos durante la dictadura.⁵⁶ El origen de la reglamentación moderna lo encontramos en el Decreto de 29 de marzo de 1962,⁵⁷ sustituido a su vez por el Decreto de 7 de junio de 1973. Este nuevo régimen no permitió una adecuación a las necesidades del sector, debido al activo desarrollo del mismo, siendo objeto en su momento de muy duras críticas.

En la actualidad el RD 271/1988 de 25 de marzo y la OM de 14 de abril de 1988 establecen la legislación aplicable a las agencias de viaje y que fue asumido por las Comunidades Autónomas cuando publicaron sus reglamentos. Si bien tras la incorporación de la Directiva de Viajes Combinados de 1990 las distintas Autonomías han adaptado sus normativas a lo preceptuado en la LVC de 1995.⁵⁸

⁵⁵ GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 95 y 96.

⁵⁶ Hay que destacar también la Orden de 14 de julio de 1951 y la Orden de 28 de marzo de 1955 sobre servicios ofrecidos por las agencias.

⁵⁷ Así como su Orden de desarrollo de 26 de febrero de 1963 y la Orden de 12 de abril de 1966 que regulaba la actividad de agencias mayoristas.

⁵⁸ La normativa de viajes combinados ha influido de manera notable en la reglamentación del las agencias de viajes, en algunos casos se llega a establecer su carácter de norma supletoria respecto al reglamento de agencias de viajes siendo la finalidad de la LVC regular sólo los aspectos contractuales de los viajes combinados (ver el Decreto riojano 35/1997 de 27 de junio).

La normativa estatal sobre agencias de viajes establece una clasificación de las mismas que se mantiene en la mayor parte de las legislaciones autonómicas. Esta clasificación distingue entre tres tipos de agencias de viajes atendiendo a la actividad que desarrollan.⁵⁹

- Mayoristas: *"son aquellas que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para su ofrecimiento a las agencias minoristas, no pudiendo ofrecer sus productos directamente al usuario o consumidor"*. Son empresas de grandes dimensiones, conocidas como tour operadores, cuya actividad es exclusivamente organizativa, no actúan como mediadores, pues crean y organizan el producto turístico, utilizando medios de transporte, alojamiento y otros, de los que en ocasiones son propietarios.⁶⁰

- Minoristas: *"son aquellas que o bien comercializan el producto de las agencias mayoristas vendiéndolo directamente al usuario o consumidor, o bien proyectan, elaboran y/o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos directamente al usuario, no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias."*

- Mayoristas-minoristas: *"son aquellas que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores"*

El problema es que esta clasificación se superpone a la establecida en la LVC en la que se distingue, como hemos visto antes, entre organizador y detallista de viajes combinados. La falta de coincidencia entre ambas disposiciones introduce dificultades interpretativas, así para MARTÍNEZ ESPÍN la LVC deroga la figura de las agencias mayoristas que no pueden comercializar directamente sus productos, ya que el organizador sí puede

⁵⁹ Ver RECALDE CASTELLS, A., "Las agencias de viajes", *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. GARCÍA MACHO, A. y RECALDE CASTELLS, A., Valencia, 2000. pp. 160-161.

⁶⁰ El mayorista diseñará el viaje combinado, lo que supone un poder de decisión y de elección de los prestadores de los diferentes servicios que comportan el paquete, esa sería la razón de que el mayorista responda por la ejecución defectuosa por dichos prestadores de servicios, ya que tiene un deber de diligencia en la elección de los mismos, ver FELIÚ REY, M. I., "La responsabilidad de organizadores y detallistas" en *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, p. 174.

realizar esta actividad sin contar con la intermediación de un detallista, por lo que deberán adoptar la forma de agencia mayorista-minorista⁶¹. Sin embargo la normativa de las Comunidades Autónomas (entre otras Islas Baleares, Galicia, Extremadura) posterior a la LVC también recoge esta clasificación manteniendo la existencia de agencias mayoristas puras.⁶²

En cuanto a la naturaleza jurídica de las agencias de viajes hay que señalar su condición de empresarios, así se encuentra recogido en las reglamentaciones tanto estatales como autonómicas.⁶³ En virtud de lo establecido en el art. 1 del Cc tendrán la condición de comerciantes, tanto las personas físicas como las personas jurídicas con forma de sociedad mercantil. La opción por desarrollar la actividad empresarial de un modo u otro vendrá determinada por la normativa aplicable si se encuentra regulado de manera específica, como es el caso de las agencias de viajes.

Esto nos lleva al art. 1.1 de la OM que establece: *“Tienen la consideración de agencias de viajes las empresas constituidas en forma de Sociedad mercantil, Anónima o Limitada, que en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos”*.⁶⁴ Esta necesidad de una forma societaria determinada se refleja también en la documentación exigida para obtener el título-licencia o la autorización administrativa necesaria para el ejercicio de la actividad de Agencia de Viajes. Así será necesario la presentación de una copia de la escritura social en la que

⁶¹ En *El contrato...*, ob. cit., p. 97.

⁶² Así mismo para HERNÁNDEZ ARMAND, L. y HERNÁNDEZ ARMAND, E., la LVC lo que realiza es un transposición de la Directiva 90/314 de 13 de julio de 1990 y no la derogación de la figura de las agencias mayoristas a pesar de que la LVC hable de la relación entre organizador y consumidor, en "La naturaleza...", ob. cit., p. 90.

⁶³ El RD 271/1988 en su art. 1 establece "Tienen la consideración de agencias de viajes las empresas...", también en los reglamentos de las Comunidades Autónomas de Cataluña Decreto 168/1994 de 30 de mayo, Islas Baleares Decreto 60/1997 de 7 de mayo, Valencia Decreto 20/1997 de 11 de febrero, Canaria Decreto 176/1997 de 24 de julio, etc.

⁶⁴ Esta exigencia no ha existido siempre ya que la normativa de 1942, 1962, 1963 y 1965 establecía que podían ser agencias de viajes tanto las personas físicas como jurídicas.

conste el capital social⁶⁵ además de una copia fehaciente a nombre de la empresa, que prueben la disponibilidad de una sede social a favor de la persona jurídica que solicite la licencia. Lo cual supone que sólo podrán ser organizadores y detallistas las personas jurídicas, mientras se siga exigiendo para reconocer la condición de agencia de viajes su configuración como empresa constituida en forma societaria. Además han de realizar con exclusividad unas concretas actividades: las de mediación y/o organización de servicios turísticos, es decir, han de ser empresas turísticas.⁶⁶

La exigencia de una forma jurídica concreta supone para el legislador la utilización de la fórmula que mejor se adapta a una actividad económica concreta y resulta especialmente conveniente en aquellos casos en que se requiere una especial dosis de transparencia en la actuación de los operadores del tráfico, además el legislador opta por estas dos figuras jurídicas ya que la realidad del sector determina el absoluto predominio de estas dos formas de sociedad mercantil.⁶⁷

El otorgamiento del título licencia se realizará, como hemos dicho, por la Administración competente del territorio donde radique la sede, ¿pero donde consideramos que radica una agencia virtual en orden a la obtención de esta autorización administrativa?. Según lo establecido en el art. 10 de la Ley 34/2002 de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, el prestador de servicios deberá poner a disposición de los destinatarios del servicio como de las autoridades competentes información, a la que se pueda acceder por medios electrónicos, sobre su nombre o

⁶⁵ El art. 5 a) de la OM de 14 de abril de 1988 establece en 180.303'63 € (30 millones de pesetas) el capital mínimo para las agencias mayoristas-minoristas, de 120.202'42 € (20 millones de pesetas) para las agencias mayoristas y de 60.101'21 € (10 millones de pesetas) para las agencias minoristas.

⁶⁶ El art. 1.2 del Decreto 231/1965 de 14 de enero, por el que se aprueba el Estatuto Ordenador de la Empresas y Actividades Turísticas Privadas, define lo que se entiende por Empresas Turísticas Privadas entre las que se encuentran en el apartado c) las agencias de viajes.

⁶⁷ Según AURIOLES MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 826. Sin embargo para VICENT CHULIÁ, F., es incongruente la restricción de su forma jurídica, a la de sociedades mercantiles anónimas o limitadas, con el principio de fomento de sociedades cooperativas, constitucionalmente consagrado en el art. 129.2 CE, *Compendio...*, ob. cit., p. 371.

denominación social, 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. Por lo tanto será necesario la existencia de un domicilio físico que será el que se tome en consideración para determinar la Administración competente para otorgar la autorización.⁶⁸

Además la OM establece como regla general que *"las personas físicas o jurídicas, Instituciones, Organismos y entidades de cualquier orden, tanto públicas como privadas, que oferten al público la realización de viajes, habrán de hacerlo a través de una Agencia de Viajes legalmente constituida"*, por lo que la organización y venta de viajes combinados se ha de realizar siempre a través de un organizador o detallista que tengan la condición de Agencia de Viajes.

La única excepción prevista por la OM, a la organización de viajes combinados por entidades que no tengan la consideración de Agencia de Viajes,⁶⁹ esta en el art. 36 de la OM de 14 de abril de 1988. En esta situación se encuentran:

1º Las *"Entidades, Asociaciones o Instituciones y Organismos que cumplan todos y cada uno de los requisitos siguientes: a) que se efectúen sin ánimo de lucro; b) que vayan dirigidos única y exclusivamente a sus miembros y no al público en general; c) que no utilicen medios publicitarios para su promoción ni sean de general conocimiento; d) que se realicen de forma ocasional y esporádica; e) que se organicen sin apoyatura*

⁶⁸ Para BENITO ROSER de la legislación sobre comercio electrónico, Derecho del consumo y tratamiento de datos de carácter personal se desprende la regla del control en origen de la prestación del servicio y por tanto la competencia de la Administración donde tenga su sede la agencia de viajes virtual, en *"La agencia de viajes virtual" Turismo y Comercio electrónico*, ob. cit., pp. 136-138.

⁶⁹ Una resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia de 11-10-1994 estimó que la elaboración y venta de paquetes turísticos por una empresa que no tenía la consideración de Agencia de viajes no podía considerarse competencia desleal, para lo cual se apoyaba en el art. 2.2 de la OM de 14 de abril de 1988 que permite a transportistas, hoteleros la prestación de sus propios servicios. Si bien el fallo se encuentra en que el fin propio de las agencias de viajes es organizar y vender paquetes turísticos y además la OM se refiere a servicios individualizados.

administrativa o de personal específica para la organización de tales viajes”.

2º *“Los Organismos Públicos autorizados por la Administración Turística competente para organizar y promocionar viajes sin ánimo de lucro en función de acuerdos o de su participación en Organismos Internacionales que exijan esta condición”.* Para algunos autores esta es la única explicación, a la contradicción existente entre la Disposición Adicional segunda y el art. 2 de la LVC que admite que los organizadores y detallistas sean personas físicas o jurídicas,⁷⁰ aunque no creo que el legislador pensara en esta excepción existente en la OM para definir la figura del organizador y del detallista sino que se limitó a reproducir lo regulado de la DVC.

Otra cuestión que se plantea es si los contratos celebrados con una entidad que reúne los requisitos del art. 36 de la OM están sometidos a la LVC. Un sector doctrinal ha mantenido que éstos contratos se encuentran excluidos del ámbito de aplicación de la LVC,⁷¹ para GÓMEZ CALLE la LVC se aparta de la filosofía de la LGDCU ya que ésta no ofrece ninguna definición del cocontratante del consumidor, haciendo referencia al mismo con muy diferentes expresiones (quienes producen, fabrican, importan, suministran o expenden...), por el contrario la LVC define con bastante claridad a la contraparte vía remisión a la normativa administrativa⁷². Sin embargo estas normas admiten de forma excepcional, que asociaciones y entidades que no tienen la condición de Agencia de Viajes organicen y vendan de forma excepcional viajes combinados, pero no se excluye de forma expresa la aplicación de los requisitos que exige la normativa específica. Esta exclusión implica que el consumidor o la parte contratante que sufra cualquier tipo de incumplimiento se vería desprotegido, ya que no podría reclamar basándose base en esos requisitos mínimos exigidos en la norma que regula los viajes

⁷⁰ MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., pp. 98 y 99.

⁷¹ DE LEÓN ARCE, A., entiende que no serían contratos de consumo los organizados por aquellas entidades que cumplan los requisitos del art. 36 de la OM, en *“Contratos de consumo...”*, ob. cit. Madrid, 1995, p. 254.

combinados.⁷³ Además en aquellos casos en que los miembros de éstas entidades son acompañados en el viaje por uno o varios familiares, estas personas no se verían protegidos como consumidores por la LVC, por lo que entiendo que esto sería contrario al espíritu de la DVC y estos viajes deberían estar sometidos a la regulación del contrato de viaje combinado.

La misma pregunta surge respecto de los contratos celebrados por el consumidor con una persona jurídica que no reúne la condición de Agencia de Viajes o con una persona física que organiza y vende viajes combinados de forma ocasional o que se dedica habitualmente a éstas funciones (por ej. grupos parroquiales, asociaciones recreativas). En este caso hay que entender que también se encuentran regulados por la LVC ya que éstas entidades realizan las mismas actividades que organizadores y detallistas, por lo que no tendría que depender la validez del contrato ni la defensa de los derechos del consumidor de una licencia administrativa.⁷⁴ Sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda en función de la Comunidad Autónoma donde se desarrolle la actividad, ya que como veremos más adelante la normativa de alguna de ellas permite que las personas físicas tengan la condición de Agencia de Viajes.

3.3.1.II.- Personas físicas titulares de Agencias de viajes

Frente a esto encontramos la legislación propia de varias Comunidades Autónomas (así Islas Baleares, Galicia, Comunidad Valenciana,⁷⁵ País Vasco, Madrid), en la que se prescindió de éste requisito admitiendo que titulares de

⁷² GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 88.

⁷³ Hay que señalar que la DVC no exige que el organizador o detallista tengan la condición de Agencia de Viajes sino que organicen y vendan viajes combinados lo cual realizan estas entidades, aunque sea sin ánimo de lucro.

⁷⁴ La misma opinión mantiene VICENT CHULIÁ, "La cobertura de responsabilidad contractual de las agencias de viajes en los contratos de viajes combinados", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLAS MARTÍN, A., Sevilla, 1999, p. 288, y MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., p. 99.

⁷⁵ Sobre esta Comunidad Autónoma en concreto ver TEROL GÓMEZ, R., "La ordenación de la agencias de viajes. La nueva regulación de la Comunidad Valenciana" *Estudios Turísticos*, nº 135, 1998, pp. 73-87.

las agencias de viajes pudieran serlo personas físicas o sociedades mercantiles personalistas.⁷⁶ La mayoría de la Comunidades Autónomas que en principio en su normativa recogían la necesidad de que la Agencia de Viajes tuviera una forma societaria determinada, no lo regulan así en las normas posteriores a la DVC.⁷⁷

La LVC por su parte recoge las definiciones de organizador y detallistas que hemos visto en la DVC, si bien en la Disposición Adicional Segunda establece que ambos deberán tener la forma jurídica de Agencia de Viajes de acuerdo con la normativa administrativa que se dicte al efecto, por lo que tendrán que configurarse como empresario social con la forma de anónima o limitada.⁷⁸ Quizá el problema se encuentre en la inadecuación de los criterios utilizados por el legislador, que adaptó la Directiva comunitaria incluyendo las mismas definiciones de organizador y detallista en la LVC, pero no hizo lo mismo con el RD y la OM que regulan éste sector y que son anteriores a la promulgación de la norma, lo que ha dado lugar a un conflicto respecto a la forma o naturaleza jurídica de organizadores o detallistas.⁷⁹ Lo mismo ocurre con las actividades de las agencias de viajes, que se enumeran en el art. 2.1 de la OM, entre las que no se encuentra la venta y organización de viajes combinados, sino de paquetes turístico lo que pone de manifiesto también el desfase existente entre la Ley y la normativa administrativa.

En los casos en que sea aplicable la normativa estatal, la Agencia de Viajes tendrá obligatoriamente que adoptar la forma de empresario social. Pero

⁷⁶ Ver el análisis de la transformación que sufren las normativas autonómicas en este sentido en GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, B., "Reflexiones sobre la exigencia de forma jurídica específica para las agencias de viajes" en *I y II Jornadas de Derecho Turístico*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Málaga, 1998-99, p. 393.

⁷⁷ Ya que ésta no determina la forma individual o societaria del organizador o el detallista sino exclusivamente la actividad que realizarán en el diseño y oferta al público del viaje combinado. Podríamos decir que la influencia de la normativa comunitaria determina ésta orientación de la legislación de las Comunidades Autónomas.

⁷⁸ El ejercicio de la actividad de agencia de viajes no es libre ya que es necesario la obtención del título-licencia o de una autorización administrativa, en contra de lo establecido en el art. 38 de la CE.

⁷⁹ En este sentido GARCÍA RUBIO, M. P., afirma que la normativa administrativa no se sitúa en la misma línea que la normativa comunitaria, en *La responsabilidad contractual...* ob. cit., p. 125.

el problema se plantea en el caso de aquellas Comunidades Autónomas que han incorporado en su normativa la figura del empresario individual. Estos empresarios individuales pueden adoptar la forma de Agencias mayoristas, minoristas o mayoristas-minoristas, además de la obligación de contratar una póliza de seguro que cubra los riesgos derivados del desarrollo de sus actividades, de constituir una fianza dependiendo del tipo de Agencia que se trate, etc.⁸⁰ Es decir los requisitos básicos que se exigen para la obtención del título-licencia en el caso de las Agencias con forma social. Aunque en algunas legislaciones autonómicas han añadido algún requisito más para los empresarios individuales cuya admisibilidad es cuestionable, como la necesidad de presentar un documento acreditativo de estar inscritos en el Registro Mercantil que en el caso de la reglamentación balear va unida a la obligación de hacer constar un capital o patrimonio afecto a la actividad que cubra el capital mínimo requerido para las sociedades mercantiles.⁸¹

Para la mayoría de la doctrina las agencias de viajes no pueden ser más que sociedades mercantiles,⁸² incluso se ha afirmado que la LVC como norma de rango superior deroga de forma expresa todas las disposiciones de igual o inferior rango que contradigan lo que en ella se establece, es decir que en caso de divergencia prevalece la OM por encima de la normativa autonómica,⁸³ esta interpretación da superioridad a la Disposición adicional segunda de la LVC

⁸⁰ AURIOLES MARTÍN se encuentra conforme a la concesión del título habilitante para ejercer la actividad de las agencias de viajes a las personas físicas ya que no sería contrario a la LVC ni a la DVC, en *Introducción...*, ob. cit., pp. 133-134.

⁸¹ Acerca de la legalidad de estos dos requisitos GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, B., mantiene que la obligación de inscripción en el Registro Mercantil para los empresarios individuales distintos de los navieros debe ser regulado por Ley según establece el RRM y en el caso de un capital afecto a la actividad esta obligación se opone al principio de responsabilidad patrimonial universal del art. 1911 CC además de la dificultad para su materialización, en "Reflexiones sobre...", ob. cit., p. 393 y 394.

⁸² GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 87, TUR FÁUNDEZ, N., "El contrato de viaje combinado...", ob. cit., pp. 211 y 212; MARTÍN CASALS, M., "La responsabilidad civil derivada del contrato de viaje combinado", *Revista General de Derecho*, nº 658-659 julio-agosto, 1999, p. 9408. Y MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., p. 101, si bien para éste autor la LVC deroga la limitación existente en la OM entre mayorista y mayorista-minorista ya que el organizador podrá organizar los viajes combinados y venderlos directamente desapareciendo por tanto los mayoristas, por lo que deberíamos entender que ocurre lo mismo con la forma jurídica de organizador y detallista ya que pueden ser personas físicas o jurídicas.

sobre los conceptos de organizador y detallista recogidos en el art. 2 de la LVC. Por el contrario otro sector doctrinal entiende que esta interpretación es contraria a la DVC y al derecho constitucional de libertad de empresa.⁸⁴

Si bien la STS de 29 de abril de 1997, rechaza de forma expresa la exigencia del reglamento sobre agencias de viajes de la Comunidad Autónoma de Madrid referente a la forma de sociedad mercantil para el ejercicio de la actividad de agencias de viajes, de ella se podría derivar que una norma de carácter reglamentario no puede determinar la libertad de los operadores para elegir la forma jurídica que consideren más adecuada.⁸⁵ Negar la vigencia de la OM como norma reglamentaria, basándose en esta sentencia, es una de las salidas al problema de la forma jurídica de las agencias de viajes.⁸⁶

Otra solución estaría en determinar si cuando la LVC remite a la normativa administrativa se refiere exclusivamente a los trámites y requisitos necesarios para obtener el título-licencia correspondiente, pero no a la naturaleza jurídica del solicitante.⁸⁷ La figura de la sociedad unipersonal permite el desarrollo en solitario la actividad de las agencias de viajes, pero el desembolso inicial será mayor que si fuera un empresario persona física. No obstante entiendo, que es necesaria la adecuación de la normativa administrativa que desarrolla la LVC para su ajuste a la definición de organizador y detallista que se recoge en la misma y en la DVC. Sería conveniente homogeneizar la normativa de las Comunidades Autónomas en lo

⁸³ Esta postura adopta GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 49.

⁸⁴ VICENT CHULIÁ, F., "La cobertura de responsabilidad...", ob. cit., p. 288. Varias asociaciones de agencias de viajes han impugnado algunos aspectos de la regulación administrativa estatal con base en este derecho a la libertad de empresa (art. 38 CE), aunque el Tribunal Supremo ha desestimado los distintos recursos contencioso-administrativos interpuestos, así Sentencia del TS de 1 de julio de 1991 y Sentencia del TS de 10 de mayo de 1992.

⁸⁵ También determina la sentencia que la fijación de normas sustantivas diferentes en las distintas Comunidades Autónomas podría suponer una cierta barrera al mercado interior español.

⁸⁶ Aunque dicha sentencia sólo se refiere a los reglamentos autonómicos RECALDE CASTELLS, A., entiende que se puede trasladar a la normativa estatal (una Orden Ministerial) y en consecuencia negarse la vigencia de la norma reglamentaria que exige la forma mercantil de sociedad anónima o sociedad limitada para el ejercicio de la actividad de las agencias de viajes, en "Las agencias de viajes", ob. cit., p. 163.

⁸⁷ Ver al respecto GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, B., "Reflexiones sobre...", ob. cit., p. 393.

que se refiere al acceso a la actividad de Agencia de Viajes dando la entrada a los empresarios personas físicas.

3.3.1.III.- Sucursal de una Agencia de viajes extranjera

La apertura de una sucursal de agencia de viajes extranjera está sometida a lo establecido en los arts. 295 a 308 del Reglamento del Registro Mercantil. El art. 295 del Reglamento del Registro Mercantil define las sucursales como *"todo establecimiento secundario dotado de representación permanente y de cierta autonomía de gestión, a través del cual se desarrollen, total o parcialmente, las actividades de la sociedad"*, si bien esta definición sólo tiene efectos sobre lo regulado en Reglamento por lo que podemos encontrar en otros textos legales definiciones de sucursal que difieren en algún aspecto de la citada.⁸⁸

También la Dirección General de los Registros y el Notariado en la Resolución de 16 de mayo de 1959 en la que trataba de distinguir entre una sucursal y una agencia bancaria, definía la sucursal como un "establecimiento central, de alcance local, perteneciente a la entidad mercantil que lo crea, en relación de dependencia y subordinación con sus órganos rectores, y en el que puede desarrollarse la misma actividad jurídica que constituye el objeto de tal entidad mercantil".

El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas ha establecido en algunas de sus sentencias las características de las sucursales. Así en la STJCE de 22 de noviembre de 1978 sobre el caso Somafer, se establece también una definición de sucursal que implica la existencia "de un centro de operaciones que se manifiesta de forma estable hacia el exterior como la prolongación de una sociedad madre, provista de una dirección y materialmente equipada para

⁸⁸ Así podemos citar la Directiva 89/646/CEE, de 30 de diciembre, sobre coordinación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas referentes al acceso a la actividad de las Entidades de Crédito y al ejercicio del mismo; la Directiva 93/22/CEE, de 10 de mayo, relativa a los servicios de inversión en el ámbito de los valores negociables.

poder negociar asuntos con terceros, de forma que éstos, sabiendo que un eventual vínculo se establecerá con la casa madre, están dispensados de dirigirse directamente a ésta y pueden concluir negocios en el centro de operaciones que constituye su prolongación ". Así mismo la doctrina ha dado diversas definiciones de sucursal, para URÍA será sucursal todo establecimiento que no sea el del domicilio del empresario, o si existieran varios en el lugar del domicilio todos aquellos que sean distintos del centro de su actividad empresarial.⁸⁹ Sin embargo RUEDA define la sucursal como "un establecimiento secundario, carente de toda personalidad jurídica, de carácter permanente, con idéntico objeto que el establecimiento principal, pero con instalación material distinta y clientela propia, que goza de autonomía operativa a través de un factor o gerente con facultades suficientes para realizar su función, aunque subordinado a las directrices de la administración central, sin que todo ello afecte a la unidad patrimonial de la empresa".⁹⁰

La apertura de una sucursal extranjera debe inscribirse en el Registro Mercantil.⁹¹ El art. 300 del Reglamento del Registro Mercantil establece la obligación de la inscripción en el lugar del domicilio en España de dicha sucursal, debiendo presentarse los documentos legalizados que acrediten la existencia de la sociedad, sus estatutos vigentes y sus administradores, así como el documento por el que se establezca la sucursal.⁹² Además en su

⁸⁹ *Derecho Mercantil*, Madrid, 2001, p. 38. Definiciones similares son las dadas por GARRIGUES DÍAZ-CAÑABATE, J., *Curso de Derecho Mercantil*, Madrid, 1976, p. 207, BROSETA PONT, M., *Manual de Derecho Mercantil*, Madrid, 1991, p. 218. Para DE LA CÁMARA, M., "la sucursal es uno de los establecimientos a través de los cuales se desarrolla una misma actividad empresarial, pero siendo capaz de contar con una clientela propia", en *Estudios de Derecho Mercantil*, tomo I, Madrid, 1977, pp. 818-819.

⁹⁰ Ver RUEDA MARTÍNEZ, J. A., *La Sucursal. Algunos aspectos de su régimen jurídico*, Barcelona, 1990, pp. 44-45.

⁹¹ Lo que se inscribe es la sucursal y no la sociedad o empresario extranjero, ver en este sentido la Resolución de la Dirección General de los Registros y del Notariado de 29 de febrero de 1992; también DÍAZ RUIZ, E., *Régimen jurídico de las sucursales en Derecho español*, Madrid, 1994, p. 92.

⁹² El documento por el que se establezca la sucursal debe consistir en una escritura pública española, pero lo normal es que exista un acuerdo del órgano de administración o de otro órgano competente, conforme a la legislación del empresario que constituye la sucursal, que esté formalizado ante un Notario o fedatario público local y legalizada la firma de éste último por medio de Apostilla de la Convención de la Haya de 5 de octubre de 1961, o por Cónsul español si el país donde se otorga el documento no es miembro de la referida Convención.

primera inscripción deben anotarse los datos registrales de la sociedad, el nombre y apellidos y cargo de sus administradores y todas las demás circunstancias que para las sucursales de los empresarios españoles se exigen en el art. 267 del citado Reglamento. El Reglamento del Registro Mercantil no diferencia entre entidades residentes en la Comunidad Europea y otras que establezcan la sucursal en España sin tener su sede social en alguno de los países comunitarios, ya que la regulación es general para todas las sucursales.

Sin embargo a pesar de esta regulación es necesario cuestionarse si la normativa estatal reguladora de la actividad de las agencias de viajes extranjeras sería aplicable a aquella sucursal de una agencia de viajes que tenga su sede social en un Estado perteneciente a la Comunidad Europea. Uno de los objetivos de la Directiva 90/314/CEE, además de una protección mínima al consumidor de viajes combinados, es una libre prestación de servicios en el mercado comunitario de viajes combinados.⁹³ La libre prestación de servicios supone el acceso a una actividad económica independiente, sin necesidad de instalarse en el Estado receptor del servicio, arts. 49-55 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea. Unido a este concepto está el de libertad de establecimiento que se recoge en los arts. 43-48 de dicho Tratado y que supone la supresión de restricciones a la constitución de empresas o la apertura de agencias o sucursales filiales, por parte de los nacionales de un Estado miembro en el territorio de otro Estado miembro. La finalidad de estos dos derechos se encuentra en la idea central de creación de un mercado único en el ámbito de los servicios facilitando la libre circulación de empresarios individuales y de sociedades.⁹⁴

No obstante la legislación de los Estados pertenecientes a la Unión Europea no es homogénea, a cada uno de dichos Estados les corresponde la

⁹³ Art. 1 DVC establece que "el objeto de la presente Directiva es la aproximación de las disposiciones, legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a los viajes combinados, la vacaciones combinadas y los circuitos combinados vendidos u ofrecidos a la venta en el territorio de la Comunidad".

⁹⁴ Ver ABELLÁN HONRUBIA, V., "El derecho de establecimiento y la libre prestación de servicios en la CEE", *Estudios de Derecho Comunitario Europeo*, Consejo General del Poder Judicial, Madrid, 1989, p. 330.

competencia para establecer las condiciones de acceso y de ejercicio a las actividades no asalariadas dentro de su territorio, lo que da lugar a que existan divergencias entre las diferentes legislaciones, que no pueden ser discriminatorias.

En relación con esto hay que hacer referencia a la Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 1 de diciembre de 1998 que resuelve una cuestión referente a la conformidad del art. 14 del Decreto francés 490/1994 de 15 de junio, que desarrolla la DVC, con el principio de libre prestación de servicios. Dicho Decreto francés exige a la empresa de seguros o entidad de crédito, con el que organizador ha concertado la garantía financiera, cuya sede esté en un Estado miembro de la Comunidad Europea distinto de Francia, la celebración de un acuerdo entre dicha entidad y una entidad de crédito o empresa de seguros situada en Francia. El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas declara el art. 14 del Decreto francés no conforme con el principio de libre prestación de servicios, ya que esta exigencia puede disuadir al organizador de dirigirse a esa entidad financiera.⁹⁵

El derecho a la libre prestación de servicios se puede ver vulnerado, cuando se discrimina a organizadores y detallistas, por razón de su nacionalidad o su establecimiento en un Estado miembro distinto a aquel en que prestan sus servicios. La LVC no contiene ninguna traba a organizadores procedentes de otro Estado miembro, no obstante la disposición adicional segunda establece que a los efectos de lo previsto en esta Ley, *“el organizador y el detallista deberán tener la consideración de agencia de viajes de acuerdo con la normativa administrativa que se dicte al efecto”*. Por lo que aquí se plantea la misma problemática que vimos en el apartado anterior al no haberse adaptado esta normativa a las novedades introducidas por la DVC. Esto da lugar a que en la OM de 14 de abril de 1988 y el RD 271/1988 regulador de las

⁹⁵ Además que aun siendo necesaria la protección de los consumidores contra la insolvencia del organizador, la obligación de realizar un acuerdo adicional con una entidad financiera situada en territorio francés “excede de lo necesario para alcanzar el objetivo perseguido”, ver el análisis realizado de esta Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas por BECH SERRAT, J. M., *La responsabilidad contractual de organizadores y detallistas*, tesis doctoral, Girona, 2001, pp. 21-23.

actividades de las agencias de viajes se plantean restricciones al derecho a la libre prestación de servicios.⁹⁶

Así el art. 7 del RD establece que *“las agencias de viajes extranjeras podrán: a) encomendar su representación con carácter permanente o simplemente para actos concretos a una o más agencias de viajes españolas. Cuando la representación sea otorgada con carácter permanente a una agencia de viajes española, ésta viene obligado a acreditarlo ante la Administración Turística competente; b) contratar directamente plazas de alojamiento y otros servicios turísticos; c) establecer una o varias Delegaciones, previa autorización de la Administración turística competente, con el exclusivo objeto de atender a sus clientes del exterior”*, esta limitación en el ejercicio de la actividad no se establece para las sucursales o delegaciones de agencias españolas, ya que éstas podrán realizar total o parcialmente las actividades de la sociedad a la que pertenezca⁹⁷

Es más, el apartado segundo del art. 14 de la OM dispone que las agencias de viajes extranjeras que deseen abrir una Delegación (previo otorgamiento de un título-licencia por la Administración Turística competente) *“deberán someterse a la legislación que les afecte como Empresas y presentar la siguiente documentación: a) certificación acreditativa de la existencia legal de la agencia de viajes extranjera, e informes de su solvencia económica y profesional, visados por la representación diplomática o consular española en el país de la agencia peticionaria, b) contrato suscrito entre la agencia y la persona designada como Director de cada Delegación. El nombramiento de Director deberá cumplir los requisitos exigidos por la legislación vigente, c) resguardo acreditativo de la constitución de una fianza de 120202,42 € (20 millones de pesetas) en las condiciones previstas en el artículo siguiente, d) documento que acredite la disponibilidad del local, de acuerdo con lo previsto*

⁹⁶ En el mismo sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 122 y 123.

⁹⁷ Se puede entender que ésta reserva es contraria al principio de libre prestación de servicios, a pesar de que el apartado segundo del art. 7 del RD establece que *“estas facultades se entienden sin perjuicio de la aplicación de la normativa derivada de las obligaciones internacionales asumidas por España”*.

en el apartado c) del art. 5; e) póliza de seguro en los términos señalados en el art. 5 b)”. Sin embargo en el caso de las agencias minoristas que vendan viajes combinados por ellas mismas o por otras agencias la OM sólo exige una fianza de 60101,21 € (10 millones de pesetas), lo cual parece constituir también una restricción a que organizadores y detallistas de un Estado miembro de la Comunidad Europea presten sus servicios en las mismas condiciones que organizadores y detallistas nacionales.⁹⁸

Además el apartado tercero del art. 14 de la OM añade que “*las Delegaciones en España de agencias de viajes extranjeras, deberán cumplir las normas, requisitos y prescripciones de las presentes normas que les sean de aplicación*”. Por lo que sería necesario la adaptación de la regulación administrativa a la normativa comunitaria de forma que se diferenciara las exigencias a las agencias comunitarias de las exigencias a las agencias que no son comunitarias.⁹⁹ Este es el caso de algunas Comunidades Autónomas que regulan de forma específica las condiciones de establecimiento de una agencia de viaje comunitaria, como es el caso de la Comunidad Autónoma de la Rioja cuyo Decreto 35/1997 de 27 de junio regulador del ejercicio de las actividades de las agencias de viajes, el cual establece un régimen diferenciado para las Agencias extranjeras y las comunitarias. Así mismo el Decreto 20/1997 de 11 de febrero del Gobierno Valenciano, dedica su capítulo tercero a las Agencias con sede social fuera de la Comunidad Valenciana, diferenciando por un lado entre las que la tienen ubicada en otras Comunidades Autónomas y países de la

⁹⁸ Si bien BENAVIDES VELASCO, P., entiende que estas limitaciones no son contrarias el principio de no discriminación por razón de la nacionalidad, sino que serán aplicables exclusivamente a las agencias de viajes que no pertenezcan a la Unión Europea en aplicación del apartado segundo del art. 7 del RD, por lo que no sería exigible a las agencias de viajes comunitarias, en “Apertura de sucursal de Agencia de Viaje comunitaria en territorio español”, en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURIOLAS MARTÍN, A., Sevilla, 2000, p. 164.

⁹⁹ Para GARCÍA RUBIO, M. P., también tendría que adaptarse la normativa interna a la DVC como en el Derecho francés que exige a las agencias de viajes de la Comunidad Europea que cumulativamente cumplan los requisitos de su propio país y de la legislación francesa, en *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 122-124. La misma opinión mantiene BENAVIDES VELASCO, P., “Apertura de sucursal...”, ob. cit., p. 166.

Unión Europea, y por otro las restantes. Esta misma distinción hace el Decreto 119/1998 de 6 de octubre de Extremadura.¹⁰⁰

También hay que hacer referencia a la Directiva 99/42/CEE de 7 de junio de 1999 por la que se establece un mecanismo de reconocimiento de títulos respecto de las actividades profesionales a que se refieren las Directivas de liberalización y de medidas transitorias y que resulta aplicable a las actividades consistentes en *“organizar presentar y vender, a tanto alzado o a comisión, los elementos aislados o coordinados (transporte, alojamiento, manutención, excursión, etc.) de un viaje o de una estancia, sea cual sea el motivo del desplazamiento”*, entre otras, que los nacionales de un Estado miembro se propongan ejercer, por cuenta propia o ajena, en el Estado miembro de acogida (art. 1.2). Esta norma establece un sistema de reconocimiento de títulos concedidos por otro Estado miembro basado en la realización de un examen comparativo entre los conocimientos y competencias acreditados por el nacional de otro Estado miembro que pretenda acceder a esas actividades o ejercerlas en las mismas condiciones que sus nacionales.¹⁰¹

El art. 4 de la Directiva 99/42/CEE establece que cuando el acceso a alguna de aquellas actividades o su ejercicio estén supeditados en un Estado miembro a la posesión de conocimiento o de aptitudes generales, comerciales, o profesionales, dicho Estado miembro admitirá como prueba de dichos conocimientos y aptitudes el ejercicio efectivo de la actividad considerada en otro Estado miembro. Además la Directiva establece que *“cuando un Estado miembro de acogida exija de sus nacionales, para el acceso a una de las actividades a las que se refiere el apartado 2 del art. 1 (incluyen la organización y venta de viajes) o su ejercicio, la prueba de que están protegidos mediante un seguro frente a las consecuencias pecuniarias de su*

¹⁰⁰ Sin embargo el Decreto 60/1997 de 7 de mayo de las Islas Baleares exige a las agencias extranjeras una fianza de 901.518,16 € (150 millones de pesetas) sin distinguir a las comunitarias, mientras que a las agencias mayoristas españolas se les exige de fianza 180.303,63 €, (30 millones de pesetas).

¹⁰¹ La misma regulación prevé que si ese examen pone de manifiesto una diferencia sustancial, el Estado miembro de acogida deberá ofrecer a aquél la opción de realizar un curso de adaptación o bien una prueba de aptitud para el ejercicio de la profesión (art. 3).

responsabilidad profesional, este Estado aceptará las certificaciones expedidas por las entidades aseguradoras de los demás Estados miembros como equivalentes a las expedidas en su propio territorio" (art. 5).¹⁰² Como vemos esta Directiva propicia el ejercicio de las actividades de organizadores y detallistas de otros Estados miembros en igualdad de condiciones que los demás nacionales del Estado en que aquéllas sean realizadas.

3.3.2.- Caracteres y naturaleza jurídica del contrato de viaje combinado

El siguiente punto a tratar es la naturaleza jurídica del contrato de viaje combinado, si bien antes enumeraremos los diferentes vínculos que pueden surgir previos a la realización del contrato y que se encuentran excluidos de la LVC. En primer lugar cuando es el cliente quien proyecta el viaje combinado y la agencia de viajes sólo se limita a combinar los distintos servicios para realizar este proyecto, en este caso el contrato queda excluido del ámbito de aplicación de la Ley ya que no existe un folleto informativo en el que se establezcan las condiciones generales del contrato, no se trata de un contrato de adhesión.¹⁰³

En segundo lugar los contratos que se realizan entre las diferentes empresas turísticas que intervienen en el viaje combinado, así los que realizan los organizadores con los hoteleros, transportistas, guías turísticos, etc. Estos subcontratos que realiza la agencia de viajes con los prestadores de servicios, no inciden en las relaciones de aquella con los consumidores.¹⁰⁴ Por último

¹⁰² Esta norma deroga la Directiva 82/470/CEE del Consejo, de 29 de junio, relativa a las medidas destinadas a favorecer el ejercicio efectivo de la libertad de establecimiento y de la libre prestación de servicios para las actividades por cuenta propia de determinados auxiliares del transporte y de los agentes de viajes así como de los almacenistas.

¹⁰³ DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 88; DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 240.

¹⁰⁴ Estos contratos celebrados entre las agencias de viajes y las empresas prestadoras de servicios se pueden considerar como un contrato de mandato, ver PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., *Los contratos celebrados con las agencias de viajes (Ensayo para un estudio de su régimen jurídico)*, Málaga, 1973, pp. 39-56.

también queda fuera del ámbito de aplicación de la Ley el acuerdo que se realiza entre la agencia organizadora del viaje con la agencia detallista.

Es necesario determinar la naturaleza jurídica del contrato de viaje combinado, ya que ante las posibles lagunas que encontremos en la Ley, tendremos que recurrir al régimen jurídico supletorio de esta normativa especial. En un momento anterior a la promulgación de la LVC, la doctrina se interesó en esta cuestión dado que su inclusión, dentro de una categoría, determinaría la norma aplicable.¹⁰⁵ Por un lado podemos pensar que se trata de una compraventa, si nos fijamos en la definición de organizador y detallista, que utilizan tanto la DVC como la LVC, que califican como venta la actividad que desarrollan frente al consumidor. Así mismo el viaje se podría considerar como un producto elaborado previamente por el organizador y ofrecido al consumidor a cambio de un precio, pero lo que adquiere éste último es el derecho a utilizar unos servicios turísticos determinados; es más las específicas características del contrato de viaje combinado nos lleva a desechar la posibilidad de una compraventa.¹⁰⁶

Por contra la actividad de intermediación que desarrolla la agencia de viajes entre el consumidor y las empresas turísticas podría dar lugar a un contrato de mandato,¹⁰⁷ pero la LVC en su art. 2.8 rechaza esto ya que el contrato de viaje combinado vincula directamente al consumidor y a la agencia de viajes, además en el art. 11 se impone a las agencias la responsabilidad directa por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso de las prestaciones que componen el viaje, excluyendo de esta responsabilidad frente al consumidor a las empresas de servicios subcontratadas. Sin embargo en el mandato la obligación de la agencia es de mera actividad y no responde del resultado.

¹⁰⁵ Ver QUINTANA CARLO, I., “La protección del consumidor...”, ob. cit., pp. 68-70.

¹⁰⁶ Así lo considera el legislador cuando habla de combinación de prestaciones vendida u ofrecida en venta con arreglo a un precio global, ver PÉREZ DE LA CRUZ, A., “Los contratos turísticos”, en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., pp. 292-293.

¹⁰⁷ Ver DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 91; AURIOLES MARTÍN, A., “La Directiva sobre viajes combinados...” ob. cit., p. 845-846.

Finalmente se ha considerado por parte de la doctrina que el contrato de obra es el que posee más caracteres comunes al contrato de viaje combinado,¹⁰⁸ como la obligación que resulta del contrato, para el organizador o detallista, de proporcionar al consumidor el viaje acordado, es una obligación de resultado y no de medios, por lo tanto su responsabilidad no queda excluida en los supuestos en que la obligación no se cumpla. Por contra se deben prestar los servicios ofrecidos en el tiempo y forma previstos en el contrato, con independencia de que las prestaciones incluidas en el viaje las ejecute el organizador o detallista con medios propios o ajenos.

Por el modo en que se estructuran las relaciones de los sujetos, que en él intervienen condicionado por el régimen de responsabilidad del art. 11 de la LVC, nos encontramos ante un contrato de comisión.¹⁰⁹ El cual tendrá por objeto a su vez, un contrato de obra, constituida por el propio viaje como conjunto organizado de prestaciones turísticas, entre las que destacan especialmente el transporte de personas y el alojamiento; y a su vez esas prestaciones, de acuerdo con su distinta naturaleza, darán lugar a las correspondientes relaciones contractuales entre la agencia de viajes

¹⁰⁸ Ver AURIOLES MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 841; QUINTANA CARLO, I., "La adaptación...", ob. cit., pp. 130-132 y "La protección...", ob. cit., pp. 68-70; MARTÍNEZ ESPÍN, P., "Notas a la Ley 21/1995, de 6 de julio, reguladora de los viajes combinados", *Revista de Derecho Privado*, 1996, p. 475; GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., pp. 98-103. Asimismo la sentencia de la AP de Segovia de 13.12.1993 sostiene la similitud del "contrato de viaje organizado" con el arrendamiento de obra.

Sin embargo GÓMEZ CALERO, considera que el contrato de viaje combinado se puede incluir entre los contratos de obra, pero prefiere catalogarlo como un contrato "sui generis" de naturaleza compleja y lo califica como "una figura negocial mixta", en *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 36-37. En el mismo sentido se pronuncia DE LA HAZA DÍAZ, P., que reconoce la semejanza con el contrato de obra debido a la obligación de resultado que asume la agencia de viajes, aunque opina que se trata de "un contrato de consumo ya que su contenido se fija mediante condiciones generales predispuestas por el organizador", *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 92.

¹⁰⁹ El objeto del contrato de comisión mercantil, encargo que el comitente encomienda al comisionista, consiste en un acto de comercio, es decir, un negocio jurídico con carácter de acto de comercio; en nuestro caso se trata de una actividad de mediación comercial con el carácter específico de ser ésta estable en orden a la oferta y venta de viajes programados por el organizador, en cuanto al contrato de comisión ver ANGULO RODRÍGUEZ, L., "El contrato de comisión" en *Derecho Mercantil*, vol. II, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Barcelona, 2002, pp. 261-262.

comisionista y los terceros prestadores del servicio.¹¹⁰ Las relaciones del contrato de comisión mercantil se estructurarían del siguiente modo: el comitente o dueño del negocio, que en este caso será el organizador del viaje combinado; el agente de viajes o comisionista, equivaldría a la figura del detallista. Esta posición del detallista no significa que éste sea siempre la contraparte del consumidor, y por tanto el responsable frente a éste de las obligaciones que dimanen del contrato. Sino que el organizador contrata a través del detallista actuando éste como su representante, tal y como se pone de manifiesto en las condiciones generales a la hora de formalizar el contrato.¹¹¹

Aunque el viaje como resultado no es un objeto unitario sino el producto de la combinación de diferentes servicios turísticos, la elaboración del viaje es una tarea que corresponde exclusivamente al organizador, el cual admite escasas variaciones por parte del consumidor. Además se trata de un contrato de *tracto sucesivo*, en el que la relación jurídica entre consumidor y la agencia de viajes se prolonga desde su perfeccionamiento hasta la conclusión del viaje. Es un *contrato de adhesión*, es decir, basado en condiciones generales, y *típico* regulado en la LVC. En este convenio el *término* es esencial, para el consumidor suele ser determinante el inicio y la conclusión en las fechas pactadas, admitiendo una demora de horas que suele ser frecuente en los viajes que incluyen transporte aéreo. El contrato de viaje combinado es *sinlagmático* y *oneroso*,¹¹² el precio sirve de contraprestación a los servicios que se dan en el viaje y para proveer de fondos al detallista por su labor de mediación. Es más la agencia de viajes puede exigir al consumidor el pago

¹¹⁰ La consideración de la agencias de viajes como comisionistas de transporte de viajeros, de contratos de hospedaje y de venta de viajes organizados se encontraba recogido en el Decreto de 7 de junio de 1973, ver ANGULO RODRÍGUEZ, L., "El contrato de comisión" en *Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 263.

¹¹¹ Así el art. 247 del Cc establece la obligación del comisionista de manifestar que contrata en nombre del comitente y si el contrato se realiza por escrito debe recoger el nombre, apellido y domicilio del comitente, por lo que el contrato y la acciones derivadas del mismo producirán efectos entre el comitente y la persona con quien contrate el comisionista, quedando al margen el comisionista de las relaciones externas al igual que ocurre con el sistema de responsabilidad establecido en el art. 11 de la LVC.

¹¹² Ver SAN JULIÁN PUIG, V., "Contratos Turísticos" en *Contratos Mercantiles*, ob. cit., p. 492; PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., "Los contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 291.

íntegro del precio antes siquiera del comienzo del viaje: esto supone que una de las partes ha de cumplir con su obligación antes de que la otra pueda exigirle el cumplimiento de parte de las suyas. Es un contrato *consensual*, es decir se perfecciona por el consentimiento.

El contrato de viaje combinado es un contrato mercantil, desde un punto de vista formal, porque la LVC es de naturaleza mercantil al amparo de las competencias reconocidas al Estado en el art. 149.1 de la CE sobre las materias señaladas en los números 6 (legislación mercantil) y 8 (bases de las obligaciones contractuales) del citado precepto constitucional. En virtud del apartado 6º del art. 149.1 se reserva en exclusiva al Estado la competencia exclusiva en materia mercantil sin ningún tipo de paliativo. Esta competencia exclusiva no viene fundamentada en razones de carácter técnico sino en cuestiones de índole económica, la búsqueda por los comerciantes y empresarios de un mercado nacional y en la mayoría de los casos internacional.¹¹³ Esta es una de las finalidades de la DVC, la realización de un mercado interior turístico debido a la relevancia económica de este sector dentro de la UE. Desde un punto de vista material estamos ante un contrato de empresa tanto por el carácter de comerciante de los sujetos intervinientes, las agencias de viajes, como también por la naturaleza mercantil de los servicios turísticos que tienen por objeto.¹¹⁴ Así mismo la doctrina española ha reconocido el carácter mercantil de todos los contratos de empresa cualquiera que sea la contraparte, es decir, aunque sean contratos mixtos comerciante/consumidor, como es el caso del contrato de viaje combinado.¹¹⁵

¹¹³ Ver LASARTE ÁLVAREZ, C., "Artículo 149.1.2ª., 6ª., 8ª. y 9ª. Materias reservadas a la competencia del Estado" en *Comentarios a la Constitución Española de 1978*, dir. ALZAGA VILLAAMIL, O., Tomo XI arts. 143 a 158, Madrid, 1996, pp. 203-204.

¹¹⁴ La doctrina exige para la calificación como mercantil de un contrato que surja de las relaciones a que da lugar el ejercicio de una empresa, es decir el contrato debe pertenecer a la serie orgánica de la actividad económica constitutiva de empresa, ver URÍA IGLESIAS, L., *Derecho Mercantil*, Madrid, 2002, p. 625, GÓMEZ CALERO, J., "El contrato mercantil: nociones generales" en *Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 221, SÁNCHEZ CALERO, F., *Instituciones de Derecho Mercantil*, Tomo II Madrid, 2002, p. 128, BROSETA PONT, M., *Manual de Derecho Mercantil*, Tecnos, Madrid, 1994, p. 440.

¹¹⁵ Ver URÍA IGLESIAS, L., *Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 625, SÁNCHEZ CALERO, F., *Instituciones...*, Tomo II, ob. cit., 128, BROSETA PONT, M., *Manual de Derecho...*, ob. cit., p. 440, GARRIGUES DÍAZ-CAÑABATE, J., *Tratado de Derecho Mercantil*, Tomo III 1º,

Por lo que podemos afirmar que el contrato de viaje combinado se encuentra dentro de la categoría de los contratos mercantiles tal y como ha reconocido la doctrina.¹¹⁶

3.4.- CONTENIDO CONTRACTUAL

La Ley 21/1995 regula el contenido obligatorio del contrato, desde el art. 3 hasta el art. 12, teniendo como base la protección del turista como consumidor lo que da lugar a una gran carga obligacional para el organizador o detallista. Si bien como hemos visto, se trata de un contrato bilateral y por lo tanto surgirán también obligaciones para el consumidor. Las obligaciones que se generan para cada una de las partes surgen, bien por concreta voluntad de éstas, en cuyo caso estarán expresamente consignadas en el documento contractual; bien porque la Ley las imponga a uno o a otro de los sujetos intervinientes, sobre la base fáctica de la celebración del contrato.¹¹⁷

3.4.1.- Obligaciones de los organizadores y detallistas

Las distintas fases de la contratación determinarán las obligaciones de la agencia de viajes respecto del consumidor, antes de la formación del contrato se regula la publicidad realizada a través del programa-oferta y la información que debe recibir el consumidor; en el momento de celebración del

Madrid, 1963, p. 48.

¹¹⁶ Ver GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., 30-32, PÉREZ DE LA CRUZ, A., "Los contratos turísticos", en *Curso de Derecho Mercantil*, ob. cit., pp. 293, PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., "Arrendamientos mercantiles" en *Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 558, VALENZUELA GARACH, F., "Arrendamientos mercantiles" en *Lecciones de Derecho...*, ob. cit., p. 502, SAN JULIÁN PUIG, V., "Contratos Turísticos" en *Contratos...*, ob. cit., p. 492. AURIOLÉS MARTÍN, A., *Introducción...*, ob. cit., p. 47. Sin embargo VICENT CHULIÁ lo considera un contrato civil por su analogía con el arrendamiento de obra, en *Introducción...*, ob. cit., p. 796.

¹¹⁷ Al tratarse de un contrato bilateral cada una de estas obligaciones se corresponde con el derecho que asiste a la otra parte para exigir su cumplimiento, ver GÓMEZ CALERO, J., *El contrato...*, ob. cit., pp. 87-89.

contrato la Ley determina el contenido mínimo del mismo y algunos derechos del turista así como su realización por escrito. Tras la firma del contrato las posibilidades que tienen ambas partes de su modificación o extinción, así como las consecuencias de esto y por último la ejecución del contrato, es decir, la realización del viaje combinado y la responsabilidad del organizador o detallista, en sus respectivos ámbitos de gestión del viaje, por incumplimiento de lo estipulado. Pero también hay que tener en cuenta los convenios internacionales aplicables a los distintos tipos de transportes en especial por lo que se refiere a la exigencia de responsabilidad y a la determinación de la cuantía indemnizatoria.¹¹⁸

3.4.1.I.- El contrato de viaje combinado como contrato de adhesión

La LVC regula de un modo exhaustivo las distintas fases por las que puede pasar el viaje combinado, con la finalidad de proteger al consumidor, por lo que podría pensarse que no da opción a la existencia de condiciones generales en el contrato. Sin embargo los contratos de viaje combinado se concluyen mediante formularios elaborados por las agencias de viajes a los que se adhiere el consumidor, por lo que la disciplina contractual ha de venir referida a las condiciones generales de la contratación.¹¹⁹ En el contrato de viaje combinado, la agencia de viajes elabora un programa o folleto informativo que contiene la oferta sobre el viaje y que una vez puesto a disposición del consumidor, éste manifiesta su adhesión efectuando la pertinente inscripción y reservando plaza en el viaje.¹²⁰ Pero el consumidor no suscribe el programa o folleto informativo sino un documento contractual que se cumplimenta y se formaliza después, y que representa la culminación del

¹¹⁸ Ver AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción al Derecho Turístico*, Madrid, 2002, pp. 138-141.

¹¹⁹ Ver BOLDÓ RODA, C., "El contrato de viaje combinado" en *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. RECALDE CASTELLS, A. y GARCÍA MACHO, A., Valencia, 2000, p. 228.

¹²⁰ La necesidad de simplificar las relaciones económicas entre agencia de viajes y consumidores dio lugar al desarrollo de nuevos modelos negociales que suponen una reducción del tiempo de contratación, ver MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., p. 133.

proceso de formación del contrato. La consideración del contrato de viaje combinado como un contrato de adhesión determina la aplicación de la LCGC y el art. 10 bis y Disposición Adicional de la LGDCU, ya que el art. 4 de la LVC regula la forma y el contenido contractual si bien no afronta directamente el problema de las cláusulas abusivas.¹²¹

La expresión contrato de adhesión hace referencia a "aquellos supuestos en los cuales una de las partes, que generalmente es un empresario mercantil o industrial que realiza una contratación en masa, establece un contenido prefijado para todos los contratos de un determinado tipo que en el ejercicio de la empresa se realicen".¹²² La característica fundamental de este tipo de contratos es que la conclusión de los mismos no va precedido por una discusión del contenido por las partes, sino que las cláusulas de los mismos han de ser aceptadas tal cual por los contratantes.¹²³ Los interesados que tengan la intención de contratar han de hacerlo aceptando el contenido que con carácter inmodificable se da al contrato, es decir, la imposición es un elemento característico de la contratación estandarizada.¹²⁴

Por otro lado la LCGC define en su art. 1.1 como condiciones generales de la contratación *"la cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes, con independencia de la autoría material de las mismas, de su apariencia externa, de su extensión y de cualesquiera*

¹²¹ A cerca de la aplicación de estas normas al contrato de viaje combinado ver MARTÍN CASALS, M., "Las condiciones generales del contrato de viaje combinado", en *Derecho y Turismo (III Jornadas...*, ob. cit., p. 6, LASARTE ÁLVAREZ, C., "Contratos turísticos, protección del turista y Ley 7/1998 de 13 de abril sobre Condiciones Generales de la Contratación", en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas...*, ob. cit., pp. 23-24.

¹²² Ver Díez-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho...*, ob. cit., p. 139.

¹²³ Casi todos los contratos turísticos son contratos de adhesión, así los de transportes de personas aéreo, marítimo o terrestre, el contrato de hospedaje o el de alojamiento en establecimientos turísticos de aprovechamiento por turno, por ello VATTIER FUENLAZIDA afirma que ha sido uno de los factores económicos y sociales que ha impulsado la expansión de esta modalidad de contratación, en "El turismo y los contratos de adhesión" en *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1995, p. 82.

¹²⁴ La imposición del contenido contractual viene justificado por la rapidez con la que se realizan en la actualidad la contratación mercantil que impide que cada contrato se personalice en función de las necesidades específicas del cliente, ver DE LA CUESTA RUTE, J. M. y VALPUESTA GASTAMINZA, E., "Marco general de la contratación mercantil", ob. cit., pp. 55-56.

otras circunstancias, habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos". De esta definición podemos extraer cuatro elementos esenciales que determinan el ámbito de aplicación de la norma: en primer lugar el elemento de la contractualidad, es decir, son cláusulas redactadas para formar parte del contenido de un contrato. Se exige que las condiciones generales formen parte del contrato y para ello la LCGC articula una serie de instrumentos como el control de inclusión, las reglas de interpretación, el control de contenido y la sanción aplicable a las condiciones generales que no superen estos controles. En segundo lugar el elemento de la predisposición que significa que las cláusulas deben haber sido redactadas previamente a la celebración del contrato.¹²⁵ En tercer lugar la imposición, lo que significa que uno de los contratantes no ha podido influir en el contenido de las cláusulas, por lo tanto éstas pasan a formar parte del contrato a instancias exclusivamente de una de las partes.¹²⁶ Y en cuarto lugar el elemento de la uniformidad o carácter general, esto es que las cláusulas han sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos.¹²⁷

El contrato de viaje combinado cumple estos requisitos que lo configuran como contrato de adhesión, así las cláusulas que aparecen en los folletos informativos son redactadas con anterioridad a la celebración del contrato. Es decir, la oferta contractual ya contiene las condiciones generales por las que se regirán los contratos de viaje combinado celebrados por la agencia, a las que debe adherirse el consumidor sin posibilidad de negociarlas.

¹²⁵ La predisposición constituye un indicio de que en el momento de celebración del contrato no habrá negociación entre los contratantes, las condiciones pueden estar recogidas en cualquier tipo de documento (impresos, formularios) o incluso en otro tipo de soportes (video, soporte informático), ver RODRÍGUEZ ARTIGAS, F., "El ámbito de aplicación de la Ley 7/1998, de 13 de abril, de condiciones generales de la contratación" en *Las condiciones generales de la contratación y la Ley 7/1998, de 13 de abril*, ed. ESPIAU ESPIAU, S., Barcelona, 1999, pp. 60-61.

¹²⁶ El requisito de la imposición se concreta en la inexistencia de una negociación individual, es decir, no hay negociación individual cuando el adherente no ha podido influir en el contenido de las cláusulas, ver BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., "Artículo 1. Ámbito objetivo", ob. cit., p. 29, PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales...*, ob. cit., pp. 62-63.

¹²⁷ La pluralidad de contratos debe referirse a un único profesional predisponente, ya que no sería condición general, por no cumplir este requisito de incorporarse a una pluralidad de contratos, la cláusula predispuesta que se incorporase a diversos contratos pero otorgados cada uno por un profesional distinto.

Por lo tanto las condiciones de los contratos de viajes combinados se encontrarían dentro del ámbito objetivo de aplicación de la LCGC, pero también del ámbito subjetivo ya que esta norma resulta aplicable no sólo a los consumidores sino a cualquier contrato celebrado entre un profesional y un adherente, sea éste también un profesional.¹²⁸

A tenor de lo establecido en la LCGC y en el art. 10 de la LGDCU, las condiciones generales del contrato de viaje combinado deben cumplir una serie de requisitos, para que se incorporen válidamente al contrato. En este sentido el art. 5.4 de la LCGC dispone que la redacción de las cláusulas generales deberán ajustarse a los criterios de transparencia, claridad, concreción y sencillez; en consecuencia las condiciones generales han de ser legibles o perceptibles, es decir, que por razón del tamaño de los caracteres tipográficos o la forma de presentación puedan ser físicamente percibidas y leídas;¹²⁹ comprensibles de modo que por razón de la extensión y tipo de lenguaje utilizado su contenido pueda ser comprendido de forma razonablemente fácil y concreta, es decir, que permita al cliente formarse una idea precisa sobre su contenido y efectos.¹³⁰ Si bien en la mayoría de los folletos nos encontramos condiciones generales que se limitan a reproducir el contenido de la LVC, estas cláusulas que la doctrina española denomina declarativas,¹³¹ están excluidas del ámbito de la LCGC ya que su art. 4.II dispone que la Ley no será aplicable "*a las condiciones generales que reflejen las disposiciones... que vengan reguladas específicamente por una disposición legal o administrativa de carácter general y que sean de aplicación obligatoria para los contratantes*". Este es el caso de las cláusulas que se limitan a reproducir los porcentajes de

¹²⁸ La LVC también protege al profesional que contrata un viaje de negocios como viaje combinado y lo considera como un consumidor susceptible de ser protegido, así se establece en la definición de consumidor del art. 2.7.

¹²⁹ Problemas de legibilidad presentan algunos folletos de viajes combinados debido al escaso tamaño de la letra o a la inclusión de una filigrana de fondo o un mapa, como los de Club Vacaciones Islas Baleares-Canarias Verano 2002, Iberojet Otoño-Invierno 1998/1999, Kunoi Tours Oriente Pacífico abril 1998.

¹³⁰ El art. 4.2 de la LVC exige que todas las condiciones aplicables al contrato de viaje combinado contendrán indicaciones que deben ser veraces y comprobables "*en los términos del art. 10 de la LGDCU*".

¹³¹ ALFARO AGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., p. 136.

penalización que la LVC establece en función de cuando se produzca el desistimiento del consumidor, la resolución a causa de las modificaciones del organizador o la cancelación del viaje por éste.

Además la LCGC exige la entrega o facilitación de las condiciones generales con carácter previo o simultáneo a la celebración del contrato,¹³² tanto si el contrato se documenta por escrito como si la contratación es electrónica o telefónica. Así encontramos en las condiciones generales que aparecen en los folletos informativos la siguiente cláusula: *"El hecho de adquirir o tomar parte en cualquiera de los viajes publicados en el presente catálogo supone la expresa aceptación por parte del consumidor de todas y cada una de las Condiciones Generales, que se considerarán automáticamente incorporadas al contrato, sin que sea precisa su transcripción escrita individualizada en el mismo"*.¹³³ El problema fundamental que se plantea con este tipo de cláusulas es que la LVC se refiere a las condiciones generales como contenido del folleto y no como contenido del contrato, ya que el art. 4.2 LVC se limita a indicar que el consumidor será informado, con anticipación a la celebración del contrato del contenido de las cláusulas contractuales, pero sólo obliga a la otra parte contratante a entregar una copia del contrato, no de las condiciones generales.¹³⁴ La simple referencia en el contrato de que las condiciones generales aplicables son las que se encuentran insertas en el folleto informativo, no será suficiente para suplir la obligación de entrega al consumidor de una copia de las mismas, ya que puede cumplirse de diversas

¹³² La LCGC no determina el momento en que se debe cumplir la obligación de información, si bien según lo establecido en el art. 7 a) de la LCGC, el último momento que tendrá el predisponente para dar a conocer las condiciones generales será el de perfección del contrato, pero si ha habido información previa bastará la referencia en el documento contractual a las condiciones generales facilitadas con anterioridad, como así ocurre con el folleto informativo y el contrato de viaje combinado, ver GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Art. 5. Requisitos de incorporación", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 154-155.

¹³³ Encontramos esta cláusula en los folletos de Iberojet otoño/invierno 98/99, Rhodasol 98, Halcón Viajes 97/98, Juliá Tours mayo-noviembre 1997.

¹³⁴ Ante el silencio de la LVC debemos recurrir a los requisitos de incorporación de la LCGC cuyos arts. 5.1 y 7 establecen como requisitos necesarios que el predisponente haya informado al adquirente de la existencia de condiciones generales; que se haya facilitado un ejemplar de las mismas; que el consumidor haya aceptado su incorporación; y que no sean ilegibles, ambiguas, oscuras e incomprensibles.

maneras no sólo entregando el folleto al consumidor sino incluyendo las condiciones generales en un anexo al contrato o al dorso del mismo o en un documento separado.¹³⁵

En la contratación electrónica o telefónica la entrega pero aún más la aceptación de las condiciones generales presentan algunos problemas. En este sentido el RD 1906/1999 de 17 de diciembre por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales, establece en su art. 2 un plazo de tres días previos a la celebración del contrato, en los que el predisponente deberá facilitar información sobre todas las cláusulas del contrato, y remitirlas por un medio adecuado a la técnica de comunicación a distancia utilizada.¹³⁶ Esta obligación del predisponente de facilitar las condiciones generales dentro de un plazo determinado, se configura como una norma tuitiva, y por lo tanto nada impediría que el consumidor optara por no disfrutar de esa protección y celebrar el contrato de forma inmediata, casi al tiempo en que tiene acceso a la información.¹³⁷ También suele suceder que el consumidor obtenga por Internet el folleto en formato electrónico, y que tras adoptar la decisión días más tarde decide celebrar el contrato. En este sentido el apartado 4 del art. 27 de la LSSICE establece que *"Con carácter previo al inicio del procedimiento de contratación, el prestador de servicios deberá poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su*

¹³⁵ Algunos folletos informativos como el de Iberojet Europa Otoño-Invierno 2002-2003 no recogen las condiciones generales, en contra de lo establecido en el art. 3.1.h) de la LVC, sino que se remiten a la agencia de viajes para que entregue una copia de las condiciones generales del contrato de viajes combinados, si bien esto dificulta al consumidor el conocimiento de las condiciones generales ya que en muchos casos la agencia de viajes minorista no dispone de una copia de las mismas y por lo tanto se incumplen los requisitos de inclusión previstos en la LVC ya que se hace recaer sobre el adherente medio con la obligación de información, SANTOS MORÓN, M. J., "El folleto o programa informativo y la forma del contrato de viajes combinados", *Estudios sobre Consumo*, nº 42, 1997, pp. 31-32.

¹³⁶ El art. 4.3 del RD 1906/1999 de 17 de diciembre también prevé la posibilidad de que las condiciones generales se hayan entregado con posterioridad, sin embargo esto no es admisible en los viajes combinados ya que como señala la LVC las condiciones generales deben constar en el folleto informativo y la información sobre su contenido debe ser previa a la celebración del contrato (art. 4.2), ver MARTÍN CASALS, M., "Las condiciones generales del contrato de viaje combinado" en *Comentarios a la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación*, coord. ALFARO AGUILA-REAL, J., ob.cit., pp. 1401-1402.

¹³⁷ Ver PENDÓN MENÉNDEZ, M. A., "Viajes combinados", en *Comercio electrónico y protección de los consumidores*, ob. cit., pp. 908-909

caso deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario". Por lo tanto para probar que el empresario ha cumplido con la obligación que le exige el art. 27.4 debería bastar con permitir a través de Internet el acceso generalizado a los folletos pero a través de páginas de paso obligado y no solamente enlazadas con las principales del proceso contractual.¹³⁸

En cuanto a la contratación a distancia, sector que se encuentra cercano al comercio electrónico, hay que destacar que la actual regulación de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista a través de la Ley 47/2002, en concreto las reglas aplicables sobre información, documentación, derecho de desistimiento y ejecución de los contratos no resultará aplicable a los contratos de viajes combinados. Ya que la Disposición Adicional primera apartado 2 excluye su aplicación a *"los contratos de suministro de servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o esparcimiento, cuando el proveedor se comprometa al celebrarse el contrato a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto."*

Si bien el elemento central de la regulación de las condiciones generales de contratación es el control del contenido, es decir, el conjunto de operaciones de naturaleza valorativa, destinadas a determinar si la regulación material recogida en las condiciones generales es o no compatible con el principio de la buena fe. Como ya vimos en el capítulo anterior, el art. 10 de la LGDCU establece la cláusula general de control de contenido que es objeto de una doble formulación, que viene dada por el principio de buena fe, de modo que no superarán el control de contenido las cláusulas que causen un desequilibrio

¹³⁸ CAVANILLAS MÚGICA propone dos opciones para asegurar el conocimiento por el consumidor de las condiciones generales, una sería la suscripción de las condiciones generales mediante la inserción de una página de paso obligado entre la de selección del producto y la recapitulatoria, en la que se incluirían las condiciones generales a través de las cuales el consumidor debería "navegar" hasta llegar a un botón de aceptación, el cual tendría que pulsar para posteriormente poder comprar el viaje; otra opción sería añadir al botón de aceptación situado en la página recapitulatoria una frase alusiva una frase alusiva a que dicho contrato se encuentra sometido a condiciones generales incorporando un enlace que conduce a la página que las contiene, esta última opción es la utilizada por la mayoría de agencias de viajes virtuales, ver "Deberes relativos a la forma de celebrar el contrato" en *Turismo y Comercio electrónico...*, ob. cit., pp. 119.

importante en los derechos y obligaciones de las partes, en perjuicio del consumidor. Para ello se establece además un catálogo ejemplificativo de condiciones abusivas recogidas en la Disposición Adicional 1ª de la LGDCU.¹³⁹

Con la finalidad de paliar la existencia de cláusulas de dudosa validez en los folletos informativos, la Asociación Catalana de Agencia de Viajes (ACAV) encargó a principios de 1998 un estudio crítico de los clausulados usados por las agencias de viajes en los catálogos de viajes combinados y la elaboración de un clausulado que se ajustara a la legalidad vigente. Lo que dio lugar al llamado "Clausulado 2000", que pretende una sistematización y clarificación de los clausulados anteriores.¹⁴⁰ Este documento es sólo una recomendación, mediante la cual se ofrece un marco normativo para reforzar la transparencia del mercado y la seguridad jurídica de los consumidores. En consecuencia, las agencias de viajes asociadas pueden utilizar condiciones generales distintas a las recomendadas o adaptarlas a los diferentes tipos de viajes que ofrezcan u organicen. Por tratarse de una recomendación que no es de obligado cumplimiento, la adopción de todas o alguna de las cláusulas por parte de las agencias se realiza bajo su exclusiva responsabilidad.¹⁴¹

¹³⁹ Sin embargo para conocer cuáles serían las cláusulas abusivas en el contrato de viaje combinado y su inclusión en los folletos, nos remitimos al análisis de algunas de las cláusulas de dudosa validez relativas a las exoneraciones y limitaciones de responsabilidad que realizaremos más adelante.

¹⁴⁰ Las cláusulas se organizan en seis epígrafes: "Contratación del viajes combinado"; "reglas aplicables a las prestaciones del viajes combinado", "derecho de las partes antes de empezar el viaje", "derechos de las partes después de iniciar el viaje"; "responsabilidad contractual por cumplimiento defectuoso o por incumplimiento" y "reclamaciones y acciones derivadas del contrato", ver MARTÍN CASALS, M., "Las condiciones generales del contrato de viaje combinado", ob. cit., pp. 4-6.

¹⁴¹ Las condiciones generales recomendadas serán objeto de una primera revisión en el plazo de dos años, además esta recomendación de condiciones generales será objeto de revisión periódica cada tres años para ajustarlas al desarrollo legislativo y jurisprudencial en esta materia.

3.4.1.II.- Promoción publicitaria de viajes combinados: el folleto informativo

Siendo la protección del consumidor uno de los objetivos principales de la LVC, el derecho a la información se considera como uno de los instrumentos indispensables para su consecución.¹⁴² Este derecho del consumidor se reconoce con carácter general en el art. 13 de la LGDCU, algunas de estas obligaciones de información son precontractuales y otras derivan del contrato de viaje combinado y debe cumplir con ellas el organizador o detallista antes del inicio del viaje, en otras palabras el derecho a la información persigue la protección del consentimiento y la satisfactoria utilización del producto o servicio.

La imposición de deberes precontractuales de información tiene como finalidad asegurar que el consumidor goza de todos los elementos necesarios para adoptar correctamente su decisión de contratar, que el consentimiento que se presta al contratar haya sido formado clara y reflexivamente,¹⁴³ esto es que opte por el mejor producto en cuanto a su relación calidad-precio, y que su falta de conocimientos no le lleve a un régimen contractual injusto. La LVC incorpora este mecanismo de protección al consumidor en el art. 3 exigiendo al organizador o detallista que facilite por escrito un programa de viaje, en el que debe incluirse una detallada información, que el propio precepto expresa. A diferencia de lo dispuesto en la Directiva, en la que el deber de información precontractual puede cumplirse a través de cualquier medio adecuado, el folleto informativo tiene carácter potestativo limitándose el art. 3.2 a describir

¹⁴² El principio general de protección a los consumidores tiene como base la desigualdad y desequilibrio entre éstos y los fabricantes y distribuidores, el derecho a la información se apoya también en este fundamento pues atiende a la desigualdad de conocimientos sobre los productos y servicios, ver ORTI VALLEJO, A., "Comentario al art. 13 LCU" en "Comentario al art. 13 de la LGDCU" en *Comentarios...*, ob. cit., p. 404.

¹⁴³ Se afirma por la doctrina que una de las funciones de la imposición de requisitos formales es la de proteger a los contratantes contra la precipitación. en este sentido ver DIÉZ-PICAZO, *Fundamentos del Derecho Civil patrimonial*, vol. I, *Introducción, Teoría del contrato*, Madrid, 1996, p. 249; y GHESTIN, "Conformité et garanties dans la vente", *Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence*, Paris, 1983, p. 103.

la información que en él deberá hacerse constar ‘*si se pone a disposición del consumidor*’.¹⁴⁴ La exigencia de forma escrita en la oferta del contrato de viaje combinado mediante la puesta a disposición del folleto informativo tiene valor únicamente *ad probationem* de acuerdo con lo exigido también para el contrato, en el cual la forma escrita no es *ad solemnitatem*, como veremos más adelante, y porque esto perjudicaría al consumidor que desconociera la necesidad de establecer por escrito la oferta.¹⁴⁵

En primer lugar hay que aclarar lo que se entiende por programa o folleto informativo, el citado art. 3 indica que en el programa debe contenerse por escrito “*la correspondiente oferta sobre el viaje combinado*”. Por lo que podemos pensar, que el folleto informativo puede considerarse como una oferta contractual (oferta al público o *ad incertam personam*), lo cual significa que en él debe hacerse referencia a los elementos esenciales del contrato proyectado, y que el contrato debe poder quedar perfeccionado en el momento en que recaiga la aceptación, sin necesidad de ninguna otra manifestación por parte del oferente.¹⁴⁶ Por lo que debemos distinguir el folleto publicitario del meramente informativo, dentro del concepto de “publicidad” actividad dirigida a promocionar la contratación de productos o servicios, es necesario diferenciar entre publicidad meramente sugestiva o de simple reclamo, carente de genuino contenido informativo, una publicidad con cierto contenido informativo pero limitado sólo a aquellas cualidades o características del producto que se consideran más relevantes para incitar a contratar, y una publicidad que constituye una verdadera oferta de contrato realizada al público. En el primer y en el segundo caso la comunicación publicitaria supone una invitación al público para que éste formule una oferta de contrato. En el tercer caso el contrato se perfecciona con la aceptación de cualquier sujeto interesado.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Ver QUINTANA CARLO, I., “La adaptación...”, pp. 120 y 121.

¹⁴⁵ ver BENDITO CAÑIZARES, M. T., “La Ley de viajes combinados: perfección y contenido del contrato” en *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural “Santa Teresa”, Ávila, 1997, p. 20, DE LA HAZA DÍAZ, P., “La oferta publicitaria de los viajes combinados (1)” en *Estudios sobre consumo*, nº 47, 1999, p. 10.

¹⁴⁶ DÍEZ-PICAZO, *Teoría del contrato*, ob. cit., p. 281.

¹⁴⁷ Ver SANTOS MORÓN, M. J., “El folleto...”, ob. cit., p. 25.

Basándonos en esta diferenciación hay que entender que el folleto en el que sólo se hace referencia a una característica del viaje ofertado por ejemplo lo ventajoso de su precio y su duración (así “Fin de semana en Mallorca, todo incluido, 150 € por persona”) es una comunicación de carácter meramente publicitario, aunque con cierto contenido informativo.¹⁴⁸ Este tipo de folleto no se rige por el art. 3 de la LVC ya que no recoge el contenido mínimo exigido por este, pero está sujeto a lo dispuesto en el art. 8. 1 de la LGDCU, conforme al cual, el contenido de la “*oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o servicios*” es exigible por los consumidores y usuarios “*aun cuando no figure expresamente en el contrato celebrado o en el documento o en el comprobante recibido*”. En virtud de lo dispuesto en este artículo, las condiciones y características del viaje que aparezcan en dicha publicidad, quedan integradas en el contrato posteriormente celebrado y prevalecen sobre las propias cláusulas contractuales, siempre que sean más beneficiosas que éstas.¹⁴⁹

La publicidad se puede realizar por la misma agencia que elabora y vende el producto,¹⁵⁰ pero también el consumidor puede contratar con el detallista que actúa de intermediario entre aquel y el organizador, de quien proviene no sólo el viaje combinado sino también su publicidad. El carácter vinculante de la publicidad implica, que el consumidor puede exigir que la prestación debida y las condiciones del contrato se ajusten a lo anunciado en la publicidad.¹⁵¹ Aunque habría que preguntarse, si el mensaje publicitario contenido en estos folletos tendrá la consideración de oferta contractual. Si

¹⁴⁸ En este caso también podemos incluir los viajes que se ofrecen al público mediante carteles que se exponen en las agencias de viajes o anuncios en prensa.

¹⁴⁹ Lo mismo ocurre con la publicidad realizada a través de radio televisión u otros medios en los que la oferta del viaje combinado llega al consumidor sin que posea un documento en el que consten las condiciones que han sido anunciadas, ver en este sentido DE LA HAZA DÍAZ, P., “La oferta...”, ob. cit., p. 10.

¹⁵⁰ DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 243, considera que el viaje combinado, desde un punto de vista teórico y con las debidas matizaciones, se asemeja a los productos fabricados o producidos en serie. En el mismo sentido RUIZ MUÑOZ, M., “Guía explicativa...”, ob. cit., p. 112.

¹⁵¹ TORRES LANA predica de “la exigibilidad del contenido de la publicidad lo cual expresa su condición de oferta contractual vinculante para el oferente al ser aceptada por el destinatario”, en “La integración de la publicidad...”, ob. cit., p. 78.

fuera así, el organizador del viaje combinado es el obligado frente al consumidor a ejecutar las prestaciones acordadas. A consecuencia de todo ello, puede considerarse que la responsabilidad que pese sobre la agencia organizadora como consecuencia de la publicidad es de carácter contractual y se regirá por lo dispuesto en el art. 11 de la LVC.¹⁵²

No obstante creemos que para que el mensaje publicitario pueda tener la consideración de oferta contractual, deberá reunir los requisitos propios de la oferta: que especifique todos los elementos esenciales del contrato sin que se dejen a una posterior determinación por parte del anunciante, y que exista una efectiva intención de obligarse por parte del anunciante.¹⁵³ En este caso sí sería aplicable el art. 11 de la LVC.

En cuanto a la relación existente entre consumidor y detallista, si consideramos que se trata de un contrato de mediación,¹⁵⁴ de haber conocido (o debido conocer) el detallista el carácter engañoso de la publicidad no poniéndolo en conocimiento del cliente, estaría incumpliendo las obligaciones propias de esta relación contractual (art. 260 del Cc).¹⁵⁵

También puede darse el caso de que la agencia excluya la posibilidad de considerar la publicidad como oferta contractual. Así el anunciante realiza dos declaraciones contradictorias, por un lado ofrece un viaje con unas determinadas características pero no se siente comprometido por ese ofrecimiento. Esto sería inadmisibles ya que iría en contra, no solo del art. 8 LGDCU que vincula al anunciante a la publicidad, oferta o promoción de sus productos o servicios, sino que el art. 3.1 LVC establece que el folleto informativo ha de contener información sobre los elementos esenciales de contrato, suficiente para que pueda tener la consideración de oferta

¹⁵² Ver SANTOS MORÓN, M. J., "El folleto...", ob. cit., p. 26.

¹⁵³ Ver en este sentido PASQUAU LIAÑO, M., "Comentario al art. 8 LGDCU" en *Comentarios a la Ley general de consumidores y usuarios* coord. por BERCOVITZ R. y SALAS HERNÁNDEZ J., Madrid, 1992, pp. 155-157.

¹⁵⁴ El detallista, señala RUIZ MUÑOZ, limita su función a una labor de intermediación entre organizador y consumidor, en "Guía explicativa...", ob. cit., pp. 106, 111 y 112.

¹⁵⁵ SANTOS MORÓN, M. J., "El folleto...", ob. cit., p. 27.

contractual.¹⁵⁶ Por lo que el apartado 2 del art. 3 establece que dicha oferta vinculará a la agencia de viajes a pesar de su exclusión por la misma.¹⁵⁷

El siguiente punto a tratar es el contenido informativo que debe abarcar el programa-folleto informativo propiamente dicho. La LVC reproduce los datos sobre los que hay que informar al consumidor conforme a la Directiva, ampliándolos o precisándolos sobre todo en el caso del contenido del folleto.¹⁵⁸ El programa o folleto constituye en sí mismo una oferta contractual, ya que contiene la mayoría de datos necesarios para que el consumidor se forme una voluntad negocial, favorable o contraria a la celebración del contrato.¹⁵⁹ La consecuencia de la consideración del folleto informativo como una oferta contractual es que se considerará perfeccionado el contrato cuando el consumidor realice la inscripción en el viaje.¹⁶⁰ En contra de la consideración del folleto como oferta contractual podemos decir que en la práctica cuando el consumidor se dirige a una agencia de viajes, primero realizará una reserva del viaje combinado y cuando en un momento posterior se confirme la reserva se producirá con ella la perfección del contrato.¹⁶¹ Pero si antes de la confirmación de la reserva el agente no puede ofrecer el viaje ofertado no

¹⁵⁶ Por lo tanto se considera al folleto informativo como una oferta contractual en sentido propio y de especiales características ya que se trata de una declaración de voluntad que la LVC considera emitida con la intención de celebrar un contrato y además contiene todos los elementos esenciales del mismo, ver LASARTE ÁLVAREZ, C., "Contratos turísticos, protección del turista...", ob. cit., pp. 24-26.

¹⁵⁷ Esto es así por que la calificación jurídica de una declaración y las consecuencias que esto produce no se puede dejar al arbitrio de una de las partes por las expectativas que genera en la otra, en DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p.106.

¹⁵⁸ La LVC incorpora algunos de los elementos enumerados en el art. 27.1 de la OM de 14.4.1988, que no aparecen en la DVC.

¹⁵⁹ Tanto si se considerara el folleto informativo como mera propaganda o como oferta publicitaria, lo que es en realidad, en ambos casos el resultado es el mismo ya que el consumidor podrá ampararse en la LGDCU y exigir el contenido de la propaganda aun cuando en el contrato no se refleje posteriormente BENDITO CAÑIZARES, M. T., "La Ley de Viajes Combinados: perfección...", ob. cit., pp. 18-19.

¹⁶⁰ A favor de considerar el folleto como una oferta contractual ver LASARTE ÁLVAREZ, C., "Protección del consumidor y carácter vinculante del folleto informativo en los viajes combinados. (En torno a la Ley 21/1995, de 6 de julio, y la jurisprudencia precedente)", *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, nº 643, 1997, p. 2200-2002, DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p.103, SANTOS MORÓN, M. J., "El folleto...", ob. cit., p. 25, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 105.

¹⁶¹ En contra de la consideración del folleto como una oferta contractual se posiciona MARTÍN CASALS, ver "Las condiciones generales...", ob. cit., pp. 1403-1406.

estará incumpliendo el contrato, sino que podrá realizar una contraoferta. La finalidad que persigue la agencia de viajes con la puesta en circulación del folleto es informar del servicio ofertado y no obligarse a contratar con todas aquellas personas que recibieran la oferta.¹⁶²

El sujeto obligado a poner a disposición del consumidor el folleto, según la LVC, será el detallista o en su caso el organizador, en definitiva el que trate directamente con aquel y le facilite la información precisa antes del inicio del viaje (art. 3.1 y art. 6). Lo mismo ha de aplicarse a la información anticipada sobre las cláusulas contractuales a que alude el art. 4.2. de la LVC. Así mismo puede darse el caso de que sea necesario la repetición o facilitación a varias personas de la citada información, según los sujetos que integran el concepto de consumidor en la LVC.

Uno de los primeros mandatos legales es que el programa escrito se encuentre a disposición del público. El cumplimiento de este deber por parte de la agencia no tiene que plantear, en principio, ningún problema ya que la posibilidad de realizar publicidad de sus ofertas contractuales entra de lleno en la esfera de interés empresarial, al tener éstos la finalidad de persuadir o incitar a los consumidores a adquirir el producto anunciado. Por consiguiente el control para la protección de los clientes se centra, no tanto en obligar a las agencias a tener folletos informativos de los viajes que ofrece, sino en la fijación del contenido de los mismos.¹⁶³ De este modo el requisito de la forma escrita constituye un medio de prueba fácil y documentado para el consumidor. En el caso de contratación electrónica de viajes combinados se considera que la página web en la que aparece la oferta hará la vez de folleto informativo ya que se equipara la forma escrita a la electrónica en la Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.¹⁶⁴ Por lo

¹⁶² En relación con ello encontramos cláusulas en la condiciones generales de los folletos con el siguiente contenido: "se considera perfeccionado (el contrato), en virtud del art. 1258 del CC, en el momento en que la agencia entregue los bonos y/o billetes correspondientes a los servicios comprendidos en el viaje, que constituyen la formalización documental del mismo", folleto Turavia verano 1995.

¹⁶³ DE LA HAZA DÍAZ, P., "La oferta...", ob. cit., p.10.

¹⁶⁴ Así la utilización de documentos electrónicos (disco duros de los sistemas informáticos, cd-rom, disquetes, etc.) tendrán validez para informar al consumidor de las condiciones del viaje,

tanto no se pueden considerar como folletos al no cumplir las características de éstos un banner o una mera relación de precios y destinos insertos en una página web a modo de links.¹⁶⁵

El art. 3.1 de la LVC no contiene una lista cerrada de la información necesaria en el folleto informativo, ya que en el apartado j) exige la inclusión de “toda información adicional y adecuada sobre las características del viaje ofertado”. Además como el folleto sirve también de publicidad para la agencia de viajes, habrá de observar las exigencias de la LGP,¹⁶⁶ y en particular no inducir a error al destinatario, sea por la forma en que se presenta la información, sea por silenciar determinados datos (art. 4 LGP).¹⁶⁷ A esto se refiere la LVC cuando requiere que la información sea “*clara y precisa*”, con estos términos se concreta el principio de veracidad en la publicidad; también se refiere a ello el art. 4.3 cuando exige que las disposiciones sean “*veraces y comprobables*”,¹⁶⁸ conectando la cuestión con el tema del control de las condiciones generales.¹⁶⁹ Esta claridad y precisión se traduce en la obligación de la empresa anunciante de ofrecer la información, de tal forma que el destinatario llegue a conocer con la mayor exactitud, lo que se está ofreciendo y en qué condiciones puede acceder al viaje que se ofrece. Y además se intenta evitar que con dicha publicidad se induzca a error, bien porque se omita

en muchas ocasiones las agencias de viajes virtuales ofrecen la posibilidad de descargar en nuestro ordenador el mismo folleto que ofrecen en modo impreso, ver MÁRQUEZ LOBILLO, P., “La celebración del contrato...”, ob. cit., pp. 203-209.

¹⁶⁵ Ver PENDÓN MENÉNDEZ, M. A., “Viajes combinados”, en *Comercio electrónico y protección de los consumidores*, ob. cit., pp. 900-903, CAVANILLAS MÚGICA, S. “Contratación on line...” ob. cit., pp. 158-159.

¹⁶⁶ En este sentido GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p.75.

¹⁶⁷ Ver además PASQUAU LIAÑO, M., “Comentario...”, ob. cit., pp. 145 y 146, y ORTÍ VALLEJO, A., “Comentario...”, ob. cit., pp. 399-427.

¹⁶⁸ Por lo que se refiere a esta exigencia en la DVC señala MUÑOZ MARTÍN, que los términos utilizados “veracidad, eficacia, utilidad, precisión, claridad” tienen como finalidad “evitar cualquier indicación que induzca o pueda inducir a error con ocasión de la difusión de la información sobre los servicios turísticos”. En “La Directiva sobre viajes combinados y el Derecho español”, *Noticias de la Unión Europea*, nº 123, 1995, p. 86.

¹⁶⁹ Este artículo reitera el requisito de perceptibilidad y comprensibilidad formulado por el art. 10.1.a) LGDCU, requisito este que también se encuentra en la Ley 50/1980 del Contrato de Seguro de 8 de octubre, ver PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., *El contrato de seguro. Interpretación de las condiciones generales*, Granada, 1993. pp. 260-270.

información sobre aspectos sustanciales del viaje bien porque la información sobre cualquiera de los elementos del viaje no sea veraz.

El programa o folleto informativo ha de incluir la siguiente información:

“a) Destinos y medios de transporte, con mención de sus características y clase”

No se exige verificar la compañía que va a realizar el transporte, pero sí habría que determinar si el vuelo es charter o en línea regular, o si se viaja en primera clase o segunda (en trenes o autobuses), turista o preferente (en aviones).¹⁷⁰

“b) Duración, itinerario y calendario de viaje.”

Esto no se exigía en la DVC, donde sólo era necesario el itinerario.

“c) Relación de establecimientos de alojamiento, con indicación de su tipo, situación, categoría o nivel de comodidad y sus principales características, así como su homologación y clasificación turística en aquellos países en los que exista clasificación oficial.”

La información sobre la clasificación turística del alojamiento en el lugar de destino, puede servirle de muy poco o incluso confundir al consumidor que no esté familiarizado con su significación. Habría bastado con exigir que las alusiones al tipo o categoría del alojamiento, tengan de hacerse de acuerdo con los parámetros usuales en el país en que se comercializa el viaje.¹⁷¹

“d) El número de comidas que se vayan a servir.”

Dependiendo del régimen alimenticio a seguir, según se trate de un régimen de media pensión o pensión completa.¹⁷²

¹⁷⁰ En general el tipo de viaje ayudará a determinar hasta que punto hay que concretar las características del medio de transporte, por ejemplo si hay que recorrer largas distancias en autobús se puede reclamar una detallada descripción del mismo.

¹⁷¹ Para GÓMEZ CALLE si las categorías pueden inducir a error al consumidor habrán de añadirse las aclaraciones correspondientes, en *El contrato...*, ob. cit., p. 148.

¹⁷² La calidad de las comidas dependerá de la categoría del establecimiento que preste el servicio de restauración.

“e) La información de índole general sobre las condiciones aplicables a los nacionales de los Estados miembros de la Unión Europea en materia de pasaportes y de visados y las formalidades sanitarias necesarias para el viaje y la estancia.”

La obligación de prestar esta información se limita sólo a las condiciones aplicables a los nacionales de los Estados miembros de la UE, al igual que hace la DVC, quizás con la intención de evitar que sean los folletos demasiado extensos. Estos datos sobre controles aduaneros forman parte de la información de carácter jurídico general, tan necesario para el turista si desea un viaje sin incidentes.¹⁷³

“f) Precio del viaje combinado y precio estimado de las excursiones facultativas, el importe o el porcentaje del precio que deba pagarse en concepto de anticipo sobre el precio total y el calendario para el pago de la parte del precio no cubierta por el anticipo desembolsado, así como las condiciones de financiación que, en su caso, se oferten.”

No se menciona en este apartado la posibilidad de revisión del precio o la existencia de impuestos vinculados a prestaciones que se dan en el viaje, y que pueden no estar incluidas en el precio del viaje.¹⁷⁴ Las condiciones relativas al precio han de satisfacer los requisitos de la IGDCU y en particular ser conformes a la buena fe y al justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes.¹⁷⁵

¹⁷³ Ver ALCOVER GARAU, G., “Protección jurídica del turista...”, ob. cit., p. 66.

¹⁷⁴ Para GÓMEZ CALLE es posible exigir la inserción de estos datos en el folleto, ya que la LVC sólo obliga a incluirlo en el contrato, a través de los apartados h) y j) del art. 3.1; además el art. 13.1 de la LGDCU establece que hay que proporcionar al consumidor una información “suficiente sobre las características esenciales” de lo que se le ofrece, *El contrato...*, ob. cit., p. 150.

¹⁷⁵ Así MARTÍN CASALS destaca como cláusulas abusivas aquellas que aparecen en los folletos informativos exigiendo el pago total del precio sin la correspondiente entrega de los bonos o documentación relativa al viaje o que apliquen al consumidor las penalizaciones por desistimiento sin requerimiento previo, cuando no haya hecho efectivo el pago en una determinada fecha anterior al inicio del viaje, en “Las condiciones generales...”, ob. cit., p. 1407.

A las condiciones de financiación que se oferten, les son aplicables las reglas generales del art. 13.1 d) y los apartados I.24 y 29 de la Disposición Adicional 1ª LGDCU.

“g) Si para la realización del viaje combinado se necesita un número mínimo de inscripciones y, en tal caso, la fecha límite de información al consumidor en caso de anulación.”¹⁷⁶

“h) Cláusulas aplicables a posibles responsabilidades, cancelaciones y demás condiciones del viaje.”

Esta disposición no aparece en la DVC pero si la podemos encontrar en la OM de 14.4.1998,¹⁷⁷ mediante la cual se impone la inserción en el folleto publicitario de las condiciones generales de contratación. Estas condiciones deben observar el contenido imperativo de la LVC, así como los requisitos generales de inclusión en el contrato como de control del contenido, que resultan de los arts. 10 y 10 bis LGDCU y en lo no previsto por esta Ley se aplicará la LCGC.

“i) Nombre y domicilio del organizador del viaje combinado así como, en su caso, de su representación legal en España”. Este dato se hace necesario ya que el consumidor sólo trata con el detallista y si desea hacer alguna reclamación tendrá que conocer al organizador para poder exigir su responsabilidad, además le será útil a la hora de informarse sobre su solvencia o seriedad. Así mismo en la contratación electrónica del viaje combinado el art. 10.1 de la LSSICE exige que en la fase de publicidad se informe al consumidor sobre la identidad de la identidad de quien ofrece el servicio.¹⁷⁸ Lo que no establece esta norma es si la

¹⁷⁶ El Proyecto de Ley de Viajes Combinados establecía un plazo de diez días para informar al consumidor, art. 4.8.

¹⁷⁷ En relación con el art. 27.1 OM, ver DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 290.

¹⁷⁸ El art. 10 dice lo siguiente: *“el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información: a) Su nombre o denominación social; 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”*, esta información no aparece todavía en

información relativa al proveedor ha de estar detallada o es suficiente con que esté enlazada con otra página web, consideramos que esta última opción bastaría siempre que se realice a través de un icono o logotipo que informe al consumidor de que esta información es fundamental para contratar.

“j) *Toda información adicional y adecuada sobre las características del viaje ofertado*”.¹⁷⁹

El 2º apartado del art. 3 de la LVC configura el folleto informativo como una oferta contractual, al establecer que el organizador o detallista se encuentran vinculados por la información contenida en el mismo. Como ya dijimos anteriormente, para que la publicidad pueda constituir una oferta contractual debe cumplir los requisitos de toda oferta, es decir, debe contener todos los elementos precisos para la existencia del contrato, de manera que de ser aceptada pueda considerarse perfeccionado sin necesidad de que el oferente añada nada más.¹⁸⁰ También es preciso que la oferta se emita con la seria intención de obligarse y de darse a conocer a sus destinatarios.¹⁸¹ La oferta del folleto puede considerarse completa, aunque se deje al arbitrio del consumidor destinatario la concreción de alguno de los elementos del contrato, siempre que en ella se fijen los márgenes en que dicha elección es posible. Por lo tanto el contrato de viaje combinado quedará perfeccionado en los términos del programa, desde el momento en que el consumidor lo acepte, dirigiéndose al organizador o detallista para inscribirse en un viaje o hacer la correspondiente reserva, dentro del plazo de vigencia del programa-oferta.

algunas de las agencias de viajes virtuales consultadas en Internet, así por ejemplo www.mundoviaje.com, www.meliaviajes.com, www.viajesydestinos.com. Esta información debe ser proporcionada aunque no exista contrato por lo que será el momento de emisión de la publicidad en el que debe realizarse, ver TUR FAÜNDEZ, M. N., "Deberes de información..." ob. cit., pp. 39-40.

¹⁷⁹ Dentro de este apartado cajón de sastre se podría incluir la necesidad de especificar las excursiones, visitas y demás servicios incluidos en el precio del viaje, así como otros datos a los que nos hemos referido con anterioridad, si bien esta falta de precisión puede presentar inconvenientes.

¹⁸⁰ Se comprueba así una protección del futuro consumidor o usuario por vía de una adecuada publicidad e información con anterioridad a la celebración del contrato que se completa con la necesidad de la identificación de la agencia, ver PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., "Arrendamientos mercantiles" en *Derecho Mercantil*, ob. cit. p. 559.

Ahora bien el art. 3.2 LVC establece dos excepciones a esta regla general que ya estaban previstas en al DVC, salvo por la exigencia de forma escrita que se introdujo por el legislador español:

1º Cuando la variación de los datos del programa le ha sido comunicada claramente y por escrito al consumidor antes de la celebración del contrato, debiendo mencionarse expresamente en el folleto la existencia de esta posibilidad de modificación. El organizador debe probar que el consumidor fue informado de esta posibilidad antes de contratar, pero no determina la norma las circunstancias concretas que pueden justificar esta modificación. Lo que podría dar lugar a la inclusión de una genérica cláusula de reserva a favor del organizador en todo folleto publicitario.¹⁸² En la contratación electrónica del viaje combinado no sería suficiente con introducir la modificación de la oferta contractual en una nueva versión de la página web que recoge el folleto informativo, ya que si el consumidor ya ha formado su voluntad sobre la primera oferta podría pasarle desapercibida la modificación. Por lo que se propone como solución la inclusión en una página independiente que diera la opción a la conformidad expresa del consumidor.¹⁸³

2º Cuando se produzcan posteriormente modificaciones, previo acuerdo por escrito entre las parte contratantes. En este caso la variación de alguna de las condiciones parece referirse al momento posterior a la celebración del contrato, por lo que se trataría de un caso de novación modificativa, posible siempre que ambas partes estén conformes en modificar el contrato ya concluido.¹⁸⁴ El art. 8 de la LVC regula también la modificación del contrato,

¹⁸¹ DIÉZ-PICAZO, *Teoría del contrato*, ob. cit., p. 283.

¹⁸² En este sentido BENDITO CAÑIZARES señala que esto podría enturbiar la protección del consumidor, que es el fin propuesto tanto por la norma comunitaria como por la estatal, al dejar en manos de la parte contratante más fuerte la vinculación de la oferta, lo que llevado a un caso extremo se podría notificarse por escrito al consumidor unos minutos antes de que el consumidor vaya a aceptar la oferta, en "La Ley de Viajes Combinados: perfección...", ob. cit., pp. 21-22.

¹⁸³ Ver CAVANILLAS MÚGICA, S., "Contratación on line...", ob. cit., p. 159.

¹⁸⁴ Así lo considera DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 283, QUINTANA CARLO, I., "La adaptación...", pp. 121, GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 76 y DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p.110.

por lo que quizás el precepto anterior haga referencia al caso en que el organizador acepta una solicitud especial del consumidor y para facilitarle a éste la prueba de ese pacto, la LVC impone su inclusión en el contrato.

Existe además otra excepción a la eficacia vinculante del folleto informativo, que es la prevista con carácter general para toda la publicidad en el art. 8 de la LGDCU: si el contrato celebrado contiene cláusulas más beneficiosas para el consumidor, éstas prevalecerán sobre el contenido de la oferta publicitaria; pero si el contrato contiene cláusulas menos beneficiosas para el consumidor que las del programa y no se dan ninguna de las excepciones antes expuestas, prevalece la publicidad del programa oferta sobre el contrato.¹⁸⁵

3.4.1.III.- Forma y contenido del contrato

Al igual que para el programa informativo, el art. 4.1 LVC exige que el contrato se realice por escrito ya que debe tener un contenido básico y ha de entregarse una copia del mismo al consumidor.¹⁸⁶ En nuestro Derecho todo lo referente a la forma de perfección del contrato se rige por el “principio espiritualista” o de libertad de forma recogido tanto en el Código de Comercio (arts. 51 y 52) cómo en el Código Civil (arts. 1278 a 1280). En el primero se establece como regla que los contratos mercantiles “*serán válidos y producirán obligación y acción en juicio*” cualquiera que sea la forma en que se celebren. Como excepción dispone el Código de Comercio que en aquellos casos en que la Ley exija una formalidad determinada como requisito necesario para la eficacia o validez del negocio, los contratos mercantiles “*no producirán obligación ni acción en juicio*” sino se cumplen las formalidades previstas.

¹⁸⁵ Así lo destaca MARTÍNEZ ESPÍN, P., “Notas...”, ob. cit., p. 468. Ver también PASQUAULIÑO, M., “Comentario...”, ob. cit., pp. 146.

¹⁸⁶ El art. 10 de la LGDCU no hace referencia a la necesidad de que el contrato se realice por escrito, si bien este art. si regula las condiciones generales, ver COCA PAYERAS, M., “Comentario al art. 10.2...”, ob. cit., p. 237.

La imperatividad de la forma escrita en el contrato de viaje combinado podría estar establecida como un elemento *ad solemnitatem*, es decir, el contrato no tendría eficacia ni surtiría efectos sino se realizara por escrito. El contenido de la LVC parece inducir a esta idea ya que como hemos dicho, reclama que tanto el folleto como el contrato se realicen por escrito y se entregue una copia al consumidor en la que se recojan las condiciones generales del mismo. A pesar de todo esto la Ley no pone como condición para la eficacia del contrato la forma escrita, ni lo impone bajo sanción de nulidad, por lo que nos encontramos ante la norma general por la que los contratos se perfeccionan por el consentimiento cualquiera que sea la forma en que se celebren.¹⁸⁷ La agencia de viajes y el consumidor están obligados a suscribir un documento en el que se recoja el contrato de viaje combinado pero la finalidad del mismo es servir de instrumento probatorio, sobre todo para el consumidor en el caso de que plantee alguna reclamación contra la agencia. De este modo la LVC se inscribe dentro del marco de tutela de los consumidores y usuarios que constituye el propósito de la DVC.¹⁸⁸

En el caso de la contratación electrónica del viaje combinado una vez aceptada la oferta por el consumidor el art. 28.1 de la LSSICE exige la confirmación de esta aceptación mediante el acuse de recibo del pedido hecho por el consumidor, esto se puede realizar mediante correo electrónico o mediante la presentación de una página web acusando el recibo del pedido. El acuse debe ser rápido por lo que se establece un plazo máximo de 24 horas. Además de esta formalidad la obligación de facilitar al consumidor una copia del contrato plantea la cuestión de si sería necesario que la misma llevara la

¹⁸⁷ La obligación de formalizarse por escrito el contrato de viaje combinado solo tiene efectos ad probationem y no ad solemnitatem a pesar de que sea exigido por la Ley ya que la finalidad de este requisito es permitir al consumidor tener una copia del mismo y que de este modo se vea protegido, ya que la falta de forma de forma escrita no provocada por el consumidor pudiera dar lugar a la nulidad del contrato y perjudicar a éste último, ver BENDITO CAÑIZARES, M. T., "La Ley de Viajes Combinados: perfección...", ob. cit., p. 25, BOLDÓ RODA, C., "El contrato...", ob. cit., p. 235.

¹⁸⁸ La DVC establece que todas las cláusulas del contrato de viaje combinado deben realizarse por escrito o en cualquier otra forma comprensible o accesible al consumidor, esto es, no determina la eficacia del contrato su formulación por escrito aunque sí se le debe entregar una copia del mismo al consumidor.

firma electrónica asegurando así la firmeza de su posición probatoria.¹⁸⁹ Sin embargo no siendo la forma escrita un elemento *ad solemnitatem*, sino una forma de asegurar una adecuada información del consumidor no consideramos necesario que la copia del contrato contenga la firma electrónica.

Además la Ley exige un contenido mínimo para la eficacia del contrato, el art. 4.1 enumera los elementos a los que “*al menos*” y “*en función de las características de la oferta de que se trate*” deberá hacer referencia el contrato de viaje combinado, por lo tanto no se trata de una lista cerrada al igual que ocurría en el caso del folleto publicitario, pero son cláusulas contractuales no meramente informativas. La inclusión de muchos de los datos que se citan en este artículo, queda supeditada a que afecten a prestaciones efectivamente incluidas en el paquete contratado (alojamiento, comidas, transporte, etc.), otros deberán hacerse constar en todo caso, bien por ser esenciales en todo contrato de este tipo o por referirse a cargas o derechos del consumidor.¹⁹⁰

Muchos de los elementos a incluir en el contrato han de figurar también en el folleto informativo, en consecuencia se nos plantea la cuestión acerca de si es necesario la repetición de los componentes del viaje combinado en cada uno de los casos, o si por el contrario desde el momento en que se haya facilitado una concreta información al consumidor, el organizador o detallista podrán remitirse a ella siempre que no haya sido modificada. Así cuanto más información contenga el folleto entregado al consumidor, menos datos habrá que proporcionarle en un momento posterior. Esto no es posible atendiendo a la LVC, ya que a pesar de ser obligatoria la puesta a disposición del consumidor del folleto por escrito se exige después, que en el contrato escrito aparezcan muchos de los elementos que ya recogía aquel.¹⁹¹ Sin embargo en la

¹⁸⁹ La exigencia de firma electrónica no infringe el principio de equiparación entre forma escrita y forma electrónica del art. 23.3 de la LSSICE, sino que viene a consumir la analogía entre ambas formas, ver CAVANILLAS MÚGICA S., “Deberes relativos a la forma...”, ob. cit., pp. 115-117.

¹⁹⁰ Ver DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 124-126.

¹⁹¹ Sin embargo en Alemania el organizador no tiene obligación de proporcionar al consumidor un folleto informativo y si lo hace no tiene que repetir después en el contrato los datos que ya aparecían en aquel; la DVC admite esta posibilidad, véase GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., pp. 143-145.

práctica el folleto informativo se redacta bajo la forma de condiciones generales y en la mayoría de las ocasiones el contrato de viaje combinado realizado por escrito remite a las condiciones del folleto. En este sentido el art. 5.1 de la LCGC no exige la incorporación de las condiciones generales al documento contractual, sino que puede constar en forma separada siempre que se facilite el correspondiente ejemplar y previamente se haya informado de su existencia, estas condiciones se satisfacen con la entrega del folleto informativo.¹⁹²

Los elementos que el art. 4.1 LVC exige que consten en el contrato son los siguientes:

“a) El destino o los destinos del viaje”

“b) En caso de fraccionamiento de la estancia, los distintos períodos y sus fechas”

“c) Los medios, características y categorías de los transportes que se vayan a utilizar”

*“d) Las fechas, horas y lugares de salida y regreso”*¹⁹³

“e) En caso de que el viaje combinado incluya alojamiento, su situación, su categoría turística y sus principales características, así como su homologación y clasificación turística, en aquellos países en los que exista clasificación oficial y el número de comidas que se sirvan”

En este apartado, como ya ocurría en el art. 3.1 c) LVC, se corrige el error que aparecía en la DVC que exigía especificar el alojamiento conforme *“a la normativa del Estado miembro de acogida que se trate”*, ya que el viaje combinado se puede desarrollar en uno o varios Estados que no sean miembros de la UE. Falta la referencia al “nivel de comodidad” del alojamiento, que se encuentra tanto en el art. 3.1 LVC como en la DVC.

¹⁹² Por lo tanto resultará difícil que el consumidor alegue el desconocimiento de las condiciones generales cuando se demuestra que las agencias de viajes tienen permanentemente a disposición de los potenciales clientes los folletos de las ofertas o cuando efectuando la contratación por Internet se ofrecen con claridad enlaces a las condiciones generales a las que se someten los viajes ofertados.

¹⁹³ Estos elementos ya se exigían en el art. 3.1 LVC, salvo por la determinación de la hora que supone un mayor grado de concreción que el exigido en el folleto.

*“f) Número mínimo de personas exigido, en su caso, para la realización del viaje combinado y, en tal supuesto, fecha límite de información al consumidor en caso de cancelación, que deberá efectuarse con una antelación mínima de diez días a la fecha prevista de iniciación del viaje”*¹⁹⁴

“g) El itinerario”

*“h) Las visitas, excursiones o demás servicios incluidos en el precio total convenido del viaje combinado”*¹⁹⁵

“i) El nombre y la dirección del organizador, del detallista y, si procede, del asegurador”

La novedad en este apartado respecto del folleto es la alusión al asegurador, debido a la posibilidad que tiene el consumidor de suscribir un seguro que cubra ciertos riesgos relacionados con el viaje, el contrato de seguro es un contrato distinto del de viaje con sus propios requisitos y condiciones.¹⁹⁶

“j) El precio del viaje combinado, así como una indicación de toda posible revisión del mismo, ajustado a lo previsto en el art. 7 de esta Ley y, de los posibles derechos e impuestos correspondientes a los servicios contratados, cuando no estén incluidos en el precio del viaje combinado”

La DVC enumera, en el apartado h del Anexo, como posibles impuestos las tasas de aterrizaje, de desembarco o de embarque en puertos y aeropuertos y los impuestos de estancia.¹⁹⁷

¹⁹⁴ Para GÓMEZ CALLE hubiera sido más adecuado la inclusión de este requisito de un plazo de diez días en el art. 9.3 a) LVC que regula la cancelación del viaje, bastaba con indicar la existencia de un plazo concreto de información al consumidor, *El contrato...*, ob. cit., pp. 155-156.

¹⁹⁵ Como ya hemos dicho, estos datos deben incluirse en el folleto informativo y se podrían incluir en el apartado j) del art. 3.1.

¹⁹⁶ A cerca del contrato de seguro turístico ver RIVERO ALEMÁN, S., *Seguro turístico y de asistencia en viaje. Ordenación y contratación*, Barcelona, 1998, pp. 87-120, BERMÚDEZ, L., "El seguro turístico" en *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1997, pp. 57-66.

¹⁹⁷ En el folleto sólo era necesario incluir el precio, si bien algunos folletos recogen las condiciones generales que incluirán el contrato de viaje combinado y por lo tanto encontramos algunos de estos incisos.

“k) Modalidades de pago del precio y, en su caso, calendario y condiciones de financiación”

La DVC no exigía la inclusión de estos datos ni el contrato ni en el folleto.

“l) Toda solicitud especial que el consumidor haya transmitido al organizador o al detallista y que éste haya aceptado”

Esta información no aparecía en el programa oferta porque suponía una desviación del contenido general del mismo, si estos pactos especiales no se reflejan en el contrato será más difícil para el viajero probarlos y exigir su cumplimiento.¹⁹⁸

“m) La obligación del consumidor de comunicar todo incumplimiento en la ejecución del contrato, por escrito o en cualquier otra forma en que quede constancia, al organizador o al detallista y, en su caso, al prestador del servicio de que se trate”¹⁹⁹

“n) El plazo de prescripción de las acciones establecido en el art. 13 de la presente Ley, en el que el consumidor podrá formular sus reclamaciones por la no ejecución o ejecución deficiente del contrato”

Los datos exigidos en este apartado y en el anterior siguen una línea manifestada en otros contratos de consumo, tratando de hacer llegar al consumidor por la vía de declararla contenido obligatorio de contrato, cierta información sobre el régimen legal del mismo, la información que en este apartado se trata es básica para sus intereses en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato.²⁰⁰

“ñ) El plazo en que el consumidor podrá exigir la confirmación de sus reservas”

¹⁹⁸ La DVC exigía que la solicitud especial del cliente se realizara en el momento de la reserva, la LVC con un criterio acertado suprime este requisito con tal de que esta petición haya sido aceptada por la otra parte.

¹⁹⁹ Haremos referencia a este apartado cuando tratemos las cargas de consumidor.

²⁰⁰ Así en la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista respecto de ventas a distancia y la Ley 26/1991 sobre Contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles encontramos algunas de las medidas adoptadas por la LVC para proteger a los consumidores.

Por otro lado el art. 6 LVC exige que se facilite al consumidor una información adicional antes del comienzo del viaje. El apartado a) del citado artículo hace referencia a *“los horarios y lugares de las escalas y los enlaces, así como la indicación de la categoría del lugar que deberá ocupar el viajero en el medio o medios de transporte que vayan a ser utilizados”*.²⁰¹

En el apartado b) se exige *“el nombre, dirección y número de teléfono de la representación del organizador o detallista en cada destino o, en su defecto, los de los organismos locales que puedan ayudar al consumidor en caso de dificultades. Cuando no existan dichas representaciones y organismos, el consumidor deberá poder disponer, en cualquier caso, de un número de teléfono de urgencia o de cualquier otra información que le permita ponerse en contacto con el organizador o detallista”*. Con estos datos se trata de facilitar al consumidor la obligación de asistencia, que tienen para con él organizador y detallista.²⁰²

El apartado c) hace referencia a la estancia o viajes de menores al extranjero facilitando a la persona que le corresponde la guarda del menor y que no va a viajar con él, el seguimiento de su situación mediante un contacto directo con el menor o con los responsables de su estancia.²⁰³ Por último el apartado d) trata de una obligación de información cuyo contenido excede de los límites propios del contrato de viaje, esto es *“la suscripción facultativa de un contrato de seguro que cubra los gastos de cancelación por el consumidor, o de un contrato de asistencia que cubra los gastos de repatriación o traslado al lugar de origen, en caso de accidente, enfermedad o fallecimiento”*. La DVC establece este último requisito de información, considerando que quien contrata un viaje no piensa en los contratiempos que puedan surgir hasta su inicio o durante el mismo, y tampoco sabe que en caso de interrumpir el viaje por alguna de estas circunstancias tiene que afrontar el sólo los costes.²⁰⁴

²⁰¹ Quizás se repite lo exigido por el art. 3.1.a) LVC cuando se refiere a las características y clase de los medios de transporte que deben incluirse en el folleto informativo.

²⁰² En el caso de la contratación electrónica del viaje combinado la LSSICE la identificación de la persona física o jurídica en nombre de la cual se hace la comunicación comercial.

²⁰³ GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p.90.

²⁰⁴ Las agencias de viajes pueden proponer a los usuarios de sus servicios la suscripción de

3.4.1.IV.- La ejecución del viaje

Por lo que respecta a la ejecución del viaje el organizador esta obligado a proporcionar al viajero el viaje contratado, es decir “coordinar las diversas prestaciones” que componen el viaje y “seleccionar y contratar a los prestatarios de los servicios” comprendidos en él y de cuya actuación responde, por ello el art. 10 LVC regula las consecuencias de la no prestación de los servicios previstos en el contrato. Para GÓMEZ CALLE²⁰⁵ el organizador tiene la obligación de “supervisar” la actuación y los servicios prestados por esas terceras personas, para comprobar que la calidad de las prestaciones se corresponde con lo pactado y con lo ofertado al consumidor. Para ello debería realizar revisiones periódicas a las empresas que prestan los servicios por él ofertados y si no se corresponden con lo pactado llamarles la atención o contratar con otro.²⁰⁶

En cuanto al detallista responderá también del correcto cumplimiento del contrato, pero atendiendo a las obligaciones que le corresponden, ya que desempeña una actividad mediadora entre organizador y usuario. Es decir, tiene que tramitar las reservas con diligencia y comunicar su confirmación al consumidor, así como toda la información referente al viaje facilitada por el organizador, también debe hacer partícipe a aquel de todas las peticiones especiales del viajero y los acuerdos a que hubiera llegado con el consumidor sobre aspectos concretos del viaje, es decir si éste tiene alguna petición especial.²⁰⁷

pólizas de sus seguros que cubran ciertos riesgos de sus viajes, se suelen encontrar tres modalidades diferenciadas: seguro turístico, seguro de daños en el equipaje (pérdida o deterioro) y seguro de otros riesgos derivados de los viajes, con independencia de la disponibilidad de un seguro gratuito de escasa cobertura es conveniente suscribir seguros complementarios voluntarios con mayores prestaciones, contratados ex profeso con una compañía aseguradora a través de la agencia de viajes, ver RIVERO ALEMÁN, S., *Seguro turístico y de asistencia en viaje...*, ob. cit., pp. 73-76.

²⁰⁵ *El contrato...*, ob.cit., pp. 116-121.

²⁰⁶ Esta obligación de control se podría ampliar hasta las condiciones de seguridad exigibles al servicio de que se trate, cuando los defectos deban ser reconocibles para un profesional en la organización de viajes, por ejemplo un hotel que no cumple las medidas de seguridad exigidas por Ley.

²⁰⁷ Hay que destacar que la obligación que presta la agencia es una obligación de resultado y no

Durante el transcurso del viaje organizador y detallista están obligados a asistir al consumidor que se encuentre en dificultades, a no ser que él sea el causante de los problemas. Por ello, como ya dijimos, se le tienen que facilitar los datos del art. 6 b) LVC para que pueda ponerse en contacto con la representación de la agencia de viajes en cada destino o con la misma directamente a través de un número de teléfono de urgencia.

Por lo tanto resumiendo, las obligaciones de organizadores y detallistas son las siguientes:

- Asegurar la buena ejecución del viaje y correcta prestación de los servicios.
- Informar al cliente de forma clara y precisa de todos los aspectos derivados del contrato de viaje combinado, así como las modificaciones del mismo.
- Entregar al cliente copia del contrato de viaje combinado, los títulos o bonos de viaje y demás documentos necesarios para la realización del viaje.
- Respetar y mantener el precio global convenido y entregar documento acreditativo de las cantidades percibidas.
- Facilitar a los clientes los datos sobre los prestadores de servicios.
- Informar a los consumidores, con una antelación mínima de diez días, del grupo mínimo exigido en las condiciones generales en caso de cancelación del viaje.
- En caso de incumplimiento, ofrecer al consumidor la posibilidad de optar por el reembolso total de lo abonado o la sustitución por otro servicio de similares características.

de medios, así se considera incumplida si el viaje combinado no se ejecuta como se prometió, pudiendo el consumidor ejercer las acciones correspondientes, ver ALCOVER GARAU, G., "La normativa comunitaria sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 692.

- Devolución del total de lo abonado cuando la no celebración del viaje se deba a fuerza mayor o caso fortuito, salvo pacto en contrario.
- Cuando el incumplimiento se produzca una vez iniciado el viaje, la agencia deberá proporcionar al cliente el regreso al punto de origen, cuando éste no acepte continuar el viaje, y la devolución de las cantidades que se adecuen a los servicios no prestados, sin perjuicio de las indemnizaciones que correspondan.
- Obligación de asistencia al consumidor, que se encuentre en problemas durante la realización del viaje.
- Obligación de diligencia, en la elección de los prestadores de servicios y de control sobre éstos.
- Constituir y mantener en permanente vigencia una fianza, en las formas previstas, para responder de las obligaciones derivadas de la prestación de actividades turísticas.
- Constituir una póliza de seguro, para afianzar el normal desarrollo de su actividad y garantizar su responsabilidad.

3.4.2.- Obligaciones del consumidor

La obligación más importante de todo consumidor es la de satisfacer la retribución correspondiente, es decir, el precio global establecido.²⁰⁸ Esta obligación no desaparece por la cesión de la reserva a otra persona, sino que responderá solidariamente con ésta del pago pendiente. También tendrá que pagar todo el precio del viaje combinado cuando no se presente a la salida,²⁰⁹ a no ser que lo hubiera cancelado o que medie causa justificativa de fuerza

²⁰⁸ En este sentido el Estatuto Ordenador de Empresas y Actividades Turísticas hace referencia a la obligación de satisfacer el precio de los servicios facturados de los clientes de establecimientos hoteleros, lo cual también sería aplicable a las agencias de viajes, ya que se trata de empresas turísticas.

²⁰⁹ Esta obligación de acudir puntualmente al lugar de salida del viaje se recoge también en el art. 694 del Cc como obligación de los pasajeros en los viajes por mar.

mayor.²¹⁰ En correspondencia con esto, el cobro del precio constituye el principal derecho de organizador y detallista, si este último hace de mediador será el encargado del cobro para entregárselo después al organizador previo descuento de la correspondiente comisión por sus servicios, aunque esto depende de la relación existente entre organizador y detallista.

Ya que el precio es un elemento esencial del contrato, la LVC dispone que el programa o folleto incluya indicaciones relativas al precio, al anticipo sobre el precio, al calendario para el pago de la parte de precio no cubierta por el anticipo y, en su caso, a las condiciones de financiación.²¹¹ Además el precio no se puede modificar salvo en el caso de que concurran los requisitos del art. 7 de LVC, y aún en este caso el consumidor tiene derecho a resolver el contrato si se trata de una modificación significativa del precio. En cuanto al anticipo se desembolsará al efectuar la inscripción, no debe superar el 40 por 100 del importe total previsto, aunque también puede ser abonado al formalizar el contrato y la agencia entregará recibo o justificante.²¹²

La LVC no pone ningún inconveniente al cobro íntegro del precio antes del inicio del viaje. Este pago anticipado supone para el consumidor una serie de dificultades y riesgos, por ejemplo no podrá presionar al organizador o detallista con el impago de ciertas cantidades en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso y entre los riesgos está la posibilidad de que alguno de aquellos devenga insolvente antes de la conclusión del viaje. A pesar de ello el art. 12 de LVC ofrece una garantía al consumidor en caso de incumplimiento contractual.²¹³

²¹⁰ Se podría decir que esta obligación deriva de la “*compra*” del viaje combinado y se debe realizar “*en el tiempo y lugar fijados en el contrato*” como establece el art. 1500 del CC.

²¹¹ También deben aparecer los datos que puedan afectar a la determinación final del precio, como las excursiones facultativas o los derechos o impuestos correspondientes a los servicios contratados y no incluidos en el precio.

²¹² Las agencias suelen exigir al consumidor que abone un 40 por 100 al inscribirse en un programa-oferta y abonar el 60 por 100 restante en un plazo que suele oscilar entre los tres y diez días anteriores a la salida, sino no lo hace así se entiende que desiste del viaje, ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos...*, ob. cit., p. 835.

²¹³ Además las condiciones generales relativas al pago han de adecuarse a lo establecido en el art. 10 de LGDCU, han de ser conformes a la buena fe y al justo de los derechos y las obligaciones de las partes debiendo considerarse nulas las que resulten abusivas conforme al nuevo art. 10 bis.1 de LGDCU introducido por LCGC.

La obligación de pagar es la más importante de todas las que se derivan para el consumidor, pero hay otras obligaciones relacionadas con los servicios que integran el viaje combinado. Si el viaje es en grupo se presupone la sumisión a ciertas reglas para el buen desarrollo del mismo, así el viajero debe respetar a los demás integrantes del grupo y no perturbar su normal disfrute del viaje. Por lo que se refiere a las diversas modalidades de transporte el consumidor también debe observar ciertas pautas de conducta, así en los viajes por mar dispone el art. 700 del Cc que *“en todo lo relativo a la conservación del orden y policía a bordo los pasajeros se someterán a las disposiciones del capitán, sin distinción alguna”*. En cuanto al transporte aéreo, la Ley de Navegación Aérea de 20 de julio de 1960 establece que los viajeros no deberán representar o *“constituir un peligro o perturbación para el buen régimen de la aeronave”* ya que de ser así pueden ser excluidos del transporte. Los transportes terrestres vienen regulados en la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres de 30 de julio de 1987 la cual incluye las dos reglas siguientes: 1) la Administración elaborará un catálogo de los derechos y deberes de los usuarios del transporte, cuya difusión y cumplimiento se tutelará por ésta, los citados deberes vendrán determinados por la fijación de las condiciones generales de utilización del servicio y de las obligaciones de los usuarios; y 2) la Administración establecerá las condiciones generales que habrán de cumplir los usuarios, así como las obligaciones de los mismos en la utilización de los transportes terrestres, con especial mención de los transportes ferroviarios.²¹⁴

También respecto del alojamiento el Estatuto ordenador de las empresas y actividades turísticas dispone que los clientes de los establecimientos de hostelería tienen las siguientes obligaciones: observar las normas usuales de urbanidad, higiene y convivencia; y someterse a las prescripciones particulares de las empresas cuyos servicios contraten. El incumplimiento de estas últimas obligaciones legitimaría al organizador en casos extremos, para resolver el contrato y dar por terminado el viaje de esa persona anticipadamente, y en su

²¹⁴ Ver BOLDÓ RODA, C., "El contrato de viaje combinado", ob. cit., p. 240.

caso exigir indemnización de daños y perjuicios, cuando él mismo se hubiera visto obligado a hacer frente a las reclamaciones de los viajeros molestados.²¹⁵ Todos estos deberes del consumidor como turista, también se recogen en las Leyes de Turismo de las Comunidades Autónomas, como vimos en el capítulo anterior.

El consumidor tiene la obligación de comunicar al organizador o detallista los defectos que se produzcan durante la realización del viaje (art. 4.1 m LVC). La finalidad de esta carga que se impone al consumidor es permitir al organizador comprobar la existencia de un incumplimiento o cumplimiento defectuoso y posibilitar la subsanación de los defectos. Por otro lado el cumplimiento de esta obligación también beneficiará al consumidor que podrá probar los defectos producidos en la ejecución del viaje.²¹⁶ El incumplimiento de esta carga por parte del consumidor no supone que se pueda ver privado de la acción de responsabilidad que le corresponde.²¹⁷ Sin embargo el consumidor estará obligado a demostrar el incumplimiento en la ejecución del viaje sino ha comunicado en su momento al organizador los daños producidos, ya que éste no habrá podido comprobar la veracidad de lo alegado ni ejecutar el deber de asistencia que le impone el art. 11.2 LVC. Esto podría suponer una inversión de la carga de la prueba, contra de lo establecido en la D.A. 1ª, IV. 19 de la LGDCU, pero lo que hace es seguir la regla general de la responsabilidad contractual.²¹⁸

²¹⁵ Las condiciones generales de los cursos de estudio de lenguas extranjeras contemplan una cláusula que sanciona a los contratantes que no presentan un comportamiento correcto y educado con la pérdida del derecho al viaje y al curso de lengua extranjera, las cláusulas prevén que, en tal caso, los viajeros serán repatriados sin reembolso alguno y todos los gastos a su cargo.

²¹⁶ Ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 235-236, DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 195-197.

²¹⁷ En el mismo sentido DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 197, ÁLVAREZ LATA, N., "Responsabilidad...", ob. cit., p. 173, GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 275. En contra de esta postura GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 236.

²¹⁸ En este sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 278-279. Por ello MARTÍN CASALS no considera abusivas aquellas cláusulas que establecen que "la no realización de la comunicación a la Agencia Organizadora supondrá que sea el consumidor quien deba probar el incumplimiento en la ejecución del contrato ante la organizadora o la Dirección General de Turismo y/o el tribunal competente", en "Las condiciones generales...", ob. cit., p. 1410. Ver folletos de Julia Tours mayo-noviembre 1997,

Además tiene el deber el viajero de colaborar con el organizador para que pueda ejecutar la prestación, así deberá respetar los horarios fijados para la ejecución del contrato si existen transportes en el mismo, así como estar en el lugar señalado con la antelación prevista sino se hace imposible el cumplimiento de la prestación debida por la otra parte, lo cual sólo será imputable al consumidor.²¹⁹ También debe ocuparse el viajero de reunir los requisitos necesarios para viajar como pasaportes, vacunas, etc. Por último la buena fe comercial puede imponer al acreedor la obligación de informar al deudor de todas aquellas circunstancias cuyo conocimiento, al incidir sobre la ejecución de la prestación debida, es fundamental para que el deudor pueda cumplir de acuerdo con los términos fijados en el contrato.²²⁰ Por lo que el consumidor debe informar al organizador o detallista, sobre cualquier particularidad que éste no conozca y con la que no tenga por qué contar, la cual pueda afectar al desarrollo del viaje, por ejemplo si va a viajar con niños o con animales o con una persona que se desplace en silla de ruedas. Si la frustración del viaje se debe a que el consumidor no informó a la agencia de viajes de alguno de éstos supuestos sólo a él le será imputable este suceso.

3.4.2.I.- Confirmación y cesión de la reserva

En el contrato ha de señalarse el plazo que posee el consumidor para confirmar la reserva, si la misma ha quedado pendiente para su perfeccionamiento. La LVC no fija una antelación mínima respecto de la fecha prevista del inicio del viaje en la que el consumidor pueda exigir la confirmación, sin embargo si se establece un plazo de diez días para informar al consumidor de la cancelación del viaje por no reunir el número mínimo de personas exigido quizás la razón del legislador sea dar un tiempo al

Rhodosol 1998, Turavia invierno 96/97, Halcón Viajes 97/98.

²¹⁹ Por ello el segundo párrafo del art. 9.4 a) de LVC prevé a falta de pacto en contrario, que si el consumidor no se presenta a la salida del viaje, estará obligado a pagar el precio íntegramente aunque no pueda tomar parte en el viaje.

²²⁰ Ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 134 y 135.

consumidor para la organización de una alternativa al viaje frustrado.²²¹ Si la reserva no se confirma en los términos estipulados en el contrato, el consumidor tiene los mismos derechos que en el caso de cancelación del viaje por el organizador antes de su inicio (art. 9.1 LVC).²²² La necesaria constancia de un plazo de confirmación de la reserva constituye una novedad introducida por la LVC respecto de la Directiva 90/314.

Por otro lado el art. 5 de la LVC regula la cesión del derecho a realizar el viaje, cesión que podrá realizar el consumidor a una tercera persona ajena al contrato.²²³ La cesión de la posición contractual se podrá realizar tanto por el contratante principal como por el beneficiario, ya que ambos tienen derecho a realizar el viaje bien porque el primero ha realizado el contrato bien porque sea el tercero, a cuyo favor hizo el acuerdo el contratante principal.²²⁴ Aunque no encontramos ningún inconveniente en que cualquier cesionario pueda volver a ceder el contrato cumpliendo los requisitos legales.²²⁵

También se puede realizar la cesión de la reserva, que se haría en el momento en que el contrato de viaje combinado esté en fase de formación, con lo que el cedente solo transmite su derecho a celebrar el contrato.²²⁶ Esta reserva que se cede no se puede equiparar con la reserva de plazas hoteleras o de billetes en medios de transporte a que hacen referencias las normas

²²¹ Lo habitual cuando media un detallista es que sea éste el que gestione la confirmación de la reserva, si no deberá realizarlo el organizador o mayorista.

²²² Para MARTÍNEZ ESPÍN la cancelación del viaje por parte del organizador podría reconducirse a la figura del desistimiento unilateral, ya que el art. 9.1 no condiciona dicha cancelación a requisito alguno, en *El contrato...*, ob. cit., p. 165.

²²³ El Reglamento de agencias de viajes de 1963 autorizaba a los clientes a subrogar a otras personas en su lugar, siempre que no lo impidieran las condiciones de las empresas y se comunicase a la agencia con cuarenta y ocho horas de antelación a la fecha de salida.

²²⁴ La figura del cedente de la posición contractual (contratante principal o beneficiario) cae en cierta indefinición en la LVC, al contrario que ocurre en las legislaciones extranjeras que solventan el problema mediante el empleo de expresiones como "viajero" (Italia, Holanda, Alemania) o "adquirente" (Francia), ver FELIÚ REY, M. I., "Cesión de reserva y overbooking" en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 57-58.

²²⁵ Ver GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 100

²²⁶ Para QUINTANA CARLO la cesión de la reserva se puede considerar como cesión de un derecho de crédito, sin embargo para TUR FAUNDEZ se trata de una cesión de contrato y se cede no sólo el derecho a realizar el viaje sino una posición contractual, ver QUINTANA CARLO, I., "La adaptación...", ob. cit., p. 126 y TUR FAUNDEZ, N., "El contrato de viaje combinado...", ob. cit., pp. 211.

reguladoras de las agencias de viajes,²²⁷ sino que es la reserva de un puesto en el grupo de personas que se disponen a realizar el viaje combinado. La reserva se suele efectuar normalmente en el momento de la inscripción, la cual suele preceder a la firma del contrato, aunque nada impide que en el mismo acto el contratante principal realice la inscripción y suscriba el documento contractual.

La cesión del contrato es la hipótesis más importante de la cesión del viaje combinado y únicamente se produce después de la formalización por escrito del contrato.²²⁸ El Derecho positivo no regula la institución de la cesión del contrato y la doctrina discute si se trata de un fenómeno unitario o de la conjunción de dos actos distintos, que serían: la transmisión de los derechos y la transferencia de las obligaciones que derivan de la relación jurídica contractual.

El artículo 4.3 de la DVC regula además los requisitos o formalidades esenciales para la cesión de la reserva y que podemos enumerar en los siguientes:

- 1º Imposibilidad del consumidor de participar en el viaje. Este requisito no ha sido exigido por el legislador español, así el art. 5 de la LVC sólo recoge los dos que veremos a continuación. No parece necesario que el consumidor tenga que justificar la causa de la cesión del contrato, ya que el cumplimiento del mismo queda asegurado con la responsabilidad solidaria entre cedente y cesionario.²²⁹
- 2º Comunicación al organizador o detallista de la decisión de ceder la reserva. Se deberá realizar por escrito con una antelación mínima de

²²⁷ Ver Real Decreto 271/1988 de 25 de marzo (art. 2.1 apartado a) y Orden Ministerial de 14 de abril de 1988 (art. 2.1 apartado a).

²²⁸ Ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 139-140.

²²⁹ Así la cláusula "Cuando el consumidor tenga algún impedimento objetivamente justificado para participar en el viaje, podrá ceder su reserva a una persona que reúna todas las condiciones requeridas para el mismo, respondiendo solidariamente el cedente y cesionario ante la agencia del pago del precio, así como de los gastos adicionales causados por la cesión. Para que la cesión sea válida ha de ser comunicada a la Agencia Organizadora con 10 días de antelación a la salida del viaje; y ha de satisfacer gastos adicionales causados por la cesión". Esta cláusula establece un requisito a la libre cesión del contrato que no aparece en la LVC y que por lo tanto no puede considerarse válida. Ver folletos Halcón Viajes 97/98, y Rhodasol 98.

quince días antes de la salida, salvo que se haya pactado en el contrato un plazo inferior.

3º Cumplimiento por el cesionario de la reserva de todas las condiciones requeridas para participar en el viaje. Con todo ello la norma no exige una especial actitud a la persona que va a realizar el viaje, sino que quizás sólo sea necesario que reúna las condiciones materiales adecuadas para su realización según las cláusulas del contrato o las normas de las compañías prestatarias de los servicios.²³⁰

La LVC no exige el consentimiento del organizador o detallista a la cesión, pero de la lectura de la normativa deducimos que cualquiera de ellos tiene la facultad de oponerse a la cesión si no se cumplen los requisitos que acabamos de examinar. Así mismo la cesión de la reserva tiene que ser gratuita, aspecto al que no se refiere la DVC, pero que es consecuencia de la consideración del cedente como consumidor y por tanto adquirente de bienes y servicios para uso propio y no para introducirlo en un proceso de comercialización a fin de multiplicar su inversión inicial.²³¹

El Derecho positivo no regula la institución de la cesión del contrato por lo que es una opinión mayoritaria de la doctrina que nos encontramos ante una novación modificativa²³² mediante la cual el CC, art.1258, establece que se transmiten los derechos y las obligaciones mediante la sustitución de la persona del deudor, es decir, como una modificación simple de la relación obligacional que requiere el consentimiento del acreedor. Por lo que el cesionario pasa a ser parte en el contrato pero con una particularidad y es que el pago del precio que quede pendiente así como los gastos adicionales que hubiese producido la

²³⁰ Por ejemplo requisitos de entrada a un país, conocimientos náuticos o experiencias en técnicas de escalada, en viajes que necesiten este tipo de conocimientos por el participante, si bien como señala FELIÚ REY aunque la Ley exige que se reúnan todos los requisitos para realizar en el cesionario, a favor del principio de conservación de la contratación y de flexibilidad de la misma, sólo pueden ser exigidos aquellos requisitos esenciales para el viaje, en "Cesión de reserva..." ob. cit., p. 59.

²³¹ Acerca del concepto de consumidor ver ALFARO ÁGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales...*, ob. cit., pp. 155 y ss.

²³² En este sentido GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 101 y DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p.142.

cesión responderá solidariamente con el cedente frente al detallista o en su caso el organizador (art. 5.3 LVC). Así que se permite al consumidor que ceda su reserva sin el consentimiento de la agencia o el organizador, ya que se prevé un régimen de responsabilidad del cedente que garantice a ésta el cobro de su crédito, si en el contrato concurren organizador y detallista cada uno tendrá derecho al reembolso de sus propios gastos.²³³ La agencia de viajes podrá dirigirse contra cualquiera de los deudores o contra ambos simultáneamente sin que la reclamación entablada contra uno sea obstáculo para la que posteriormente se dirija contra el otro mientras no resulte cobrada la deuda por completo.²³⁴

3.5.- LA MODIFICACIÓN DEL CONTENIDO CONTRACTUAL ANTES DEL INICIO DEL VIAJE

Desde el perfeccionamiento del contrato hasta el inicio del viaje pueden surgir acontecimientos que repercutan en la posibilidad de desarrollar aquél conforme a lo pactado o según el precio estimado por ello la LVC regula la posibilidad de que el organizador modifique alguno de los elementos esenciales del contrato antes del comienzo del mismo.

3.5.1.- La revisión del precio

La posibilidad de la agencia de modificar el precio viene regulada en el art. 7 de la LVC el cual establece la inalterabilidad del precio fijado

²³³ Se establece una responsabilidad directa y solidaria del cedente y del cesionario por el precio del viaje y los gastos ocasionados por la cesión, estos gastos han de ser justificados y ésta es una carga que corresponde a la agencia reclamante y deben tener una relación directa con la cesión, por ejemplo cancelación del billete de avión al ser nominativo, ver FELIÚ REY, M. I., "Cesión de reserva...", ob. cit., p. 62.

²³⁴ Por otro lado en la relación interna entre cedente y cesionario aquél puede ostentar derecho de repetición contra éste (art. 1145 II CC) lo que dependerá del acuerdo que hubiese mediado entre ambos al efectuar la cesión sino se presumirá dividida la deuda en dos partes iguales (art. 1138 CC).

contractualmente pero admite a su vez una excepción, la inclusión en el contrato de una cláusula de revisión del precio tanto al alza como a la baja que ha de especificar los datos exactos conforme a los cuales se habría de calcular el nuevo precio.²³⁵ La revisión del precio puede considerarse una modificación del contrato, en concreto de un elemento esencial del mismo por lo que podría haber sido incluido en el art. 8 de la LVC que trata precisamente de la modificación del contrato.²³⁶

Esta revisión excepcional tiene dos limitaciones que afectan a su contenido y al tiempo en que pueden efectuarse, y que son: a) la revisión sólo puede consistir en variaciones que afecten al precio de los transportes, incluido el coste del carburante, a las tasas e impuestos relativos a determinados servicios y a los tipos de cambio de divisas aplicables al viaje organizado,²³⁷ y b) la revisión será nula si es al alza y se efectúa en los veinte días anteriores a la fecha prevista para la salida del viaje.²³⁸

Hay que señalar que la norma prohibitiva de la revisión se basa en el principio general, de que los contratos en cuanto nacidos de un mutuo consenso no pueden ser alterados por arbitrio de uno de los contratantes, art. 1256 CC. Por ello para modificar un elemento esencial como es el precio hace falta la inclusión en el documento contractual no sólo la posibilidad de practicar la revisión sino las modalidades precisas de cálculo. Si la agencia incumple cualquiera de los requisitos mencionados anteriormente la normativa no prevé los efectos de esta revisión, tan sólo en el caso de que la revisión se efectúe en los veinte días anteriores al comienzo del viaje. La nulidad sería la

²³⁵ La importancia de un precio inalterable se puede comprobar en el Documento BEUC (Oficina Europea de las Uniones de Consumidores) sobre "Viajes todo incluido: diferencias de precios entre los diversos Estados miembros de la CEE", en *Estudios sobre Consumo*, nº 11, 1987, p. 149 y ss.

²³⁶ De esta opinión es GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 101.

²³⁷ Aunque la LVC no es clara en este punto debe entenderse que, aunque se pacte la revisión del precio, ésta sólo se podrá producir en los casos antes citados, ya que la DVC también recogía estos requisitos pero de un modo cumulativo, ver MARTÍN CASALS, M., "La responsabilidad civil...", ob. cit., p. 9413.

²³⁸ Otras causas como la subida de precios de los alojamientos reservados o de las otras prestaciones a realizar por terceros no autorizan el incremento del precio por el organizador, que debe tratar de asegurarse contra tales riesgos por otras vías o sino tiene la posibilidad de cancelar el viaje con los efectos previstos en el art. 9 de la LVC.

consecuencia más justa a aplicar cuando no se den cualquiera de los requisitos exigidos,²³⁹ por aplicación analógica de lo previsto en el apartado 3 y por aplicación supletoria del art. 10.1.c). 5º LGDCU según el cual se consideran abusivas por contrarias a la buena fe y al justo equilibrio de las contraprestaciones y por tanto nulas las cláusulas que *supongan “incrementos de precio por servicios... susceptibles de ser aceptados o rechazados en cada caso y expresados con la debida claridad y separación”*.²⁴⁰

Si el organizador sube el precio reuniendo los requisitos señalados en principio el consumidor está contractualmente obligado a pagarlo. Pero el art. 8 autoriza al consumidor a resolver el contrato sin penalización alguna cuando el precio experimente una modificación significativa. El problema estaría en determinar cuando la variación es significativa, la DVC no especifica esta cuestión al igual que la LVC por lo que hay que recurrir al criterio establecido en el art. 28.2 de la OM 14.4.1998, que permite al cliente desistir del viaje cuando la subida supere el 15 por 100 del precio establecido, en lo demás el art. 28 OM ha quedado derogado por la LVC que mejora la posición del consumidor.²⁴¹

3.5.2.- La modificación de los elementos esenciales del contrato

El art. 8 LVC regula la posibilidad de que el organizador modifique algún elemento esencial del contrato antes de que se realice el viaje, ya que el mismo puede comprobar que no tiene posibilidad de suministrar a los consumidores y usuarios una parte importante de los servicios contratados y ante el posible incumplimiento contractual decide adecuar los términos contractuales a la nueva situación.²⁴²

²³⁹ Ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 180-181.

²⁴⁰ Aquí queda incluida la revisión del precio cuando no haya sido prevista dicha posibilidad en el contrato o cuando la falta de previsión afecte a las modalidades de cálculo para precisar el aumento del precio.

²⁴¹ A favor de la aplicación supletoria de esta norma ver MARTÍNEZ ESPÍN, P., en *El contrato...*, ob. cit., pp. 184-185.

²⁴² Para GÓMEZ CALERO nos encontraríamos ante un cumplimiento defectuoso (si la

3.5.2.I.- Supuesto de hecho

El primer apartado del art. 8 LVC determina cuando nos encontramos ante la hipótesis regulada en el mismo, el supuesto de hecho está formado por tres elementos:

1. La modificación del contrato ha de producirse antes del inicio del viaje.
2. El organizador ha de verse obligado a la modificación. En este caso se hace referencia a un resultado o efecto, es decir a la imposibilidad o dificultad del organizador para cumplir el contrato conforme a lo pactado. Pero no se dice nada sobre la causa o circunstancia que pondría al organizador en esta situación.²⁴³ Lo más lógico sería pensar que la necesidad del organizador de modificar el viaje estaría motivada por un supuesto de caso fortuito o de fuerza mayor, pero no cabe esa interpretación ya que el art. 9.3 LVC regula ambos supuestos como causas de exención de la responsabilidad para la agencia. Así mismo lo entienden QUINTANA CARLO²⁴⁴ y GÓMEZ CALERO²⁴⁵ que interpretan de forma restrictiva la expresión “verse obligado”. Hay que decir que estamos ante una imposibilidad parcial al no afectar a todos los servicios estipulados, sino solamente a algún elemento esencial del contrato. Lo normal es que imposibilidad no sea originaria, sino sobrevenida porque alguno

alteración contractual comporta una merma de la calidad de las prestaciones) o ante un supuesto de morosidad (si la modificación consiste en rechazar la fecha señalada para el comienzo del viaje o para la prestación de los servicios), en *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 105.

²⁴³ Para DÍAZ MORENO se puede entender que el organizador se “ve obligado” a introducir modificaciones en el contrato cuando concurren circunstancias que permiten afirmar que el cumplimiento de su obligación por el mismo resultaría excesivamente oneroso, en “La resolución del contrato de viaje combinado”, en *Cuadernos de Derecho y Comercio*, nº 33, separata, 2000, pp. 44-45.

²⁴⁴ QUINTANA CARLO sostiene que la causa de la modificación debe ser ajena no sólo a la voluntad del organizador o detallista, sino externa a su propia organización empresarial, “La adaptación...”, ob. cit., pp. 128-130.

²⁴⁵ Para GÓMEZ CALERO el verse obligado a modificar sustancialmente el contrato equivale a verse imposibilitado de cumplirlo tal como estaba previsto inicialmente, por lo que la situación se puede reconducir a un supuesto de imposibilidad de la prestación, *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 104-108.

de los servicios o prestaciones previstos en el contrato se hayan hecho imposible de llevar a cabo antes de la salida del viaje. Con lo que para este autor la hipótesis legal de que el organizador se vea obligado a modificar el contrato le lleva a pensar en el *casus* como razón determinante de la necesidad de modificar el contrato (art. 1105 CC).

En el mismo sentido se pronuncia DE LA HAZA DÍAZ, al opinar que la modificación contractual, por parte del organizador, se dará en aquellas circunstancias que entren en su ámbito de responsabilidad, pero que no se deben al él mismo, sino a las dificultades que puedan plantear las empresas que van a prestar directamente los servicios que componen el viaje.²⁴⁶ En cambio GÓMEZ CALLE sostiene que lo importante es que el organizador no pueda cumplir en los términos pactados, siendo indiferente la causa de esa situación.²⁴⁷

No estamos de acuerdo con esta última postura ya que incluiría dentro de las causas de modificación del contrato los supuestos de caso fortuito o de fuerza mayor, que ya se encuentran incluidos en el art. 9.3 LVC como causas de exención de responsabilidad para la agencia de viajes, y aún cuando esta se vea obligada a novar el contrato, no siempre queda exenta de responsabilidad. Por ello consideramos que en este art. 8 se incluyen los supuestos de incumplimiento por parte de las empresas contratadas por el organizador para prestar los servicios.

3. La modificación ha de afectar a los elementos esenciales del contrato y ser significativa. Elementos esenciales del contrato son las prestaciones básicas o fundamentales que integran el transporte, el alojamiento u otros servicios turísticos que formen el viaje combinado, como pueden ser la categoría del hotel, la fecha y lugar

²⁴⁶ Ver DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 149-154.

²⁴⁷ Ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 182-186.

de inicio o terminación del viaje, etc.²⁴⁸ En ocasiones lo que sea o no esencial en el contrato dependerá del caso concreto: por ejemplo el itinerario a recorrer puede ser determinante en unos casos e irrelevante en otros.²⁴⁹

3.5.2.II.- Consecuencias jurídicas

Si el organizador decide modificar alguno de los elementos esenciales del contrato deberá comunicar inmediatamente el cambio al consumidor para que éste pueda optar entre *“resolver el contrato sin penalización alguna o aceptar una modificación del contrato en el que se precisen las variaciones introducidas y su repercusión en el precio”* si es que las partes no han pactado otros efectos para estos supuestos.²⁵⁰

No sería adecuada la resolución del contrato por parte del consumidor si la modificación efectuada por el organizador no modificara el viaje de forma no significativa o en un elemento accesorio, por lo que la otra parte contratante ha de aceptarlo.

Si el consumidor opta por la resolución del contrato, ésta se produce sin ninguna penalización²⁵¹ y puede exigir o bien el reembolso de todo lo pagado conforme al contrato, o bien la realización sin coste adicional de otro viaje combinado de igual o superior calidad que el organizador o detallista le puedan

²⁴⁸ También el precio es un elemento esencial, pero sólo es admisible dentro de los límites y con los requisitos examinados en el art. 7 LVC, es decir, ha de ser significativa y la misma da derecho al consumidor a resolver el contrato sin penalización alguna, ya que si nos remitiéramos al art. 8.1 LVC en caso de desistimiento del contrato el consumidor debería pagar los gastos de gestión, anulación y la penalización correspondiente, ver MARTÍN CASALS, M., "La responsabilidad civil...", ob. cit., pp. 9413-9414.

²⁴⁹ La modificación ha de ser también significativa, tendrían este carácter las de cierta trascendencia desde el punto de vista del interés y expectativas del consumidor, así sería importante la sustitución del alojamiento previsto por otro de categoría inferior o peor situado o la sustitución de un traslado en avión por uno en autobús.

²⁵⁰ Este pacto no podría ser perjudicial para el consumidor, así por ejemplo no podría introducirse una cláusula por parte de la agencia de viajes que penalizase al consumidor que optara por la resolución del contrato o que no le permitiese desvincularse del mismo en estos casos, ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 187-188.

²⁵¹ El art. 9.4 LVC establece una penalización en caso de desistimiento unilateral si la resolución del contrato no estuviera justificada, pero este no es el caso en que nos encontramos.

ofrecer.²⁵² Si el viaje ofrecido es de inferior calidad, la agencia de viajes deberá reembolsar al consumidor la diferencia si es que éste ya había abonado más, también podría exigir una indemnización de daños y perjuicios por incumplimiento. Si en el plazo de tres días el consumidor no comunica su decisión al organizador o detallista su silencio se considerará como una manifestación de su voluntad resolutoria, art. 8.2 LVC. Al tratar la cancelación del viaje combinado art. 9 LVC veremos el régimen jurídico de esta cancelación.

Si el consumidor decide aceptar la modificación del contrato la agencia de viajes está obligada a entregar al consumidor una copia del nuevo contrato tal como se desprende de la lectura del art. 8.2 LVC como de lo establecido en los arts. 4.1 y 3.2 b) LVC. Se trata de una modificación objetiva de la relación contractual originaria (art. 1203 CC), que se diferencia de la prevista en el art. 7 LVC en que la revisión del precio sí es obligatoria para el consumidor. El consumidor que acepte el contrato novado queda vinculado al mismo y ha de cumplir las obligaciones que de él se derivan; aunque en este caso a pesar de que el consumidor pueda verse perjudicado por la modificación del contrato la Ley no prevé ningún tipo de indemnización, pensando quizás en que tiene la posibilidad de resolver el contrato.²⁵³

En el supuesto de que el organizador modificara el contrato sin cumplir los requisitos exigidos en la Ley el consumidor tiene derecho a pedir la prestación originalmente establecida en el contrato o la responsabilidad por incumplimiento.²⁵⁴

²⁵² En este caso el consumidor no tendrá derecho a indemnización, ya que entiende el legislador, que el consumidor es libre de resolver el contrato puede hacerlo si quiere obtener indemnización, lo que no resulta del todo justificable como ha señalado GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 190.

²⁵³ Ver DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 154-158, GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 1108-111.

²⁵⁴ Además según el art. 10 LGDCU la introducción de una cláusula abusiva o en desacuerdo con las reglas de incorporación, será excluida o será ineficaz por nula y no afectará al contrato original, ver DÍAZ ALABART, "Comentario al art. 10...", ob. cit., p. 264.

3.6.- LA EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO

El art. 9 LVC recoge las causas de extinción del contrato de viaje combinado y los efectos de éstas; existen cinco causas por las cuales se puede extinguir el contrato antes de que se inicie el viaje: que el consumidor resuelva el contrato, en caso de que no acepte la modificación significativa del contrato original; que el organizador cancele el viaje, que no confirme al consumidor su reserva, que el consumidor desista del contrato o que no se presente a la salida. Según la parte contractual que provoque la extinción del contrato, el consumidor o el organizador, las consecuencias serán diferentes pero se pueden aglutinar dependiendo de la parte contractual que la haya provocado.

3.6.1.- Resolución por modificación significativa del contrato no aceptada por el consumidor

Si el consumidor no quiere aceptar la modificación significativa de algún elemento esencial del mismo o si el organizador decide cancelar el viaje por cualquier motivo que no le sea imputable al consumidor, este último podrá optar desde el momento en que se produzca la resolución del contrato²⁵⁵ entre el reembolso de todo lo pagado conforme al contrato o la participación en otro viaje combinado que organizador o detallista puedan proponerle,²⁵⁶ si el viaje sustitutorio fuera de calidad inferior al cancelado, aquellos habrán de restituirle en su caso lo que haya pagado de más, mientras que si fuera de calidad superior nada podrán exigirle al consumidor puesto que la Ley no dice nada al respecto.²⁵⁷ La diferencia fundamental entre la LVC y la OM 14.4.1988 en los

²⁵⁵ Cualquier obligación de pago del resto del precio que estuviese pendiente, queda extinguida a resultas de la resolución, GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 151 y GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 191.

²⁵⁶ Este derecho a optar por otro viaje no se le concede al consumidor en términos absolutos, sino condicionado a las posibilidades reales del organizador.

²⁵⁷ A la misma conclusión llegan GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 151 y

casos de cancelación del viaje es que ésta última no contemplaba el derecho del consumidor a ser indemnizado.

La opción del consumidor de resolver el contrato que se recoge en el art. 8 LVC, encontramos su origen en el art.1124 CC el cual promulga que *“la facultad de resolver las obligaciones se entiende implícita en las recíprocas para el caso de que uno de los obligados no cumpliera lo que le incumbe”*, así el contratante cumplidor cuyos intereses legítimos se han visto perjudicados por el incumplimiento del otro, podrá optar entre exigir el cumplimiento de las obligaciones no atendidas o proceder a la resolución del contrato, con resarcimiento de daños y abono de intereses, aunque en el caso del viaje combinado la opción resolutoria no requiere el ejercicio de una acción judicial. La diferencia fundamental entre ambas acciones resolutorias es que el art. 9.1 está previsto para extinguir un contrato que todavía no ha comenzado a ejecutarse, además sólo se prevé el efecto retroactivo de los pagos que haya realizado el consumidor y se fija una cuantía mínima de indemnización, por contra en el caso del art. 1124 CC el demandante tiene derecho al resarcimiento de daños y abono de intereses.²⁵⁸

Si los consumidores optan por la realización de otro viaje combinado esto se encuentra condicionado a la posibilidad de que el organizador o detallista pueda proponérselo, de lo que se deduce que los consumidores y usuarios no podrán exigir a la agencia de viajes que organice obligatoriamente el viaje combinado.²⁵⁹ El viaje combinado ha de ser de calidad equivalente o superior a la que era objeto del contrato con lo cual las categorías y características de los elementos de transporte y de los alojamientos deben ser

GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 192.

²⁵⁸ Además el plazo de prescripción de la acción que regula el art. 1124 CC es de quince años sin embargo en el caso de la extinción del contrato de viaje combinado por el consumidor por modificación de los elementos significativos del contrato es de dos años según establece el art. 13 LVC.

²⁵⁹ Si bien sería razonable entender que resultará posible proponer un viaje alternativo en todos los casos en los que el organizador esté ofertando al público viajes de características y precios equivalentes al del modificado o cancelado, ver DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 124-126 y 164.

iguales o superiores a las iniciales.²⁶⁰ Si el viaje fuera de calidad inferior, los consumidores tienen derecho a rechazarlo y exigir un viaje que cumpla los requisitos legales pero si aceptan el viaje propuesto la agencia debe reembolsarles la diferencia de precio, según el contrato, entre el viaje no realizado y el que van a hacer en lugar de aquel.

3.6.2.- Cancelación del viaje

En el art. 9 LVC se recoge el supuesto que el organizador cancele el viaje antes de la fecha de salida acordada, cancelar equivale a anular el viaje combinado, hacer ineficaz la obligación contractual que la agencia había contraído con los consumidores. La Ley 21/1995 atribuye a la cancelación efectos resolutorios del contrato al establecer que los derechos que asisten a los consumidores tendrán efecto *“desde el momento en que se produzca la resolución del contrato”*, por lo tanto tendrá los mismos efectos que en el caso de resolución del contrato de viaje combinado.²⁶¹

El consumidor gozará de los derechos que ya enumeramos anteriormente, como son el derecho al reembolso de las cantidades pagadas, con arreglo al contrato o bien a la realización de otro viaje combinado de calidad equivalente o superior, el derecho a efectuar el viaje de reemplazo de calidad equivalente o superior a la del originario, sin suplemento alguno, el derecho a realizar un viaje de calidad inferior con reembolso de la diferencia de precio que exista, y el derecho a recibir la indemnización que corresponda por incumplimiento de contrato, respetando los porcentajes mínimos establecidos en la Ley.²⁶²

²⁶⁰ Como podemos observar cuando la LVC se refiere a la calidad del viaje está pensando en el precio del mismo, un viaje de calidad inferior es para ésta un viaje de precio inferior, ver DÍAZ MORENO, A., "La resolución del contrato...", ob. cit., p. 58 y GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 151.

²⁶¹ La Sentencia de la AP de Barcelona de 26 de febrero de 1993 considera la cancelación del viaje como un incumplimiento contractual.

²⁶² La LVC priva al usuario de la facultad de exigir el cumplimiento del contrato del organizador cuando éste decida cancelar el viaje, se suprime así la posibilidad de optar entre el cumplimiento y la resolución que con carácter general concede el art. 1124 del CC al acreedor

3.6.3.- No confirmación de la reserva

La Ley equipara la no confirmación de la reserva a la cancelación del viaje a pesar de que se trata de dos figuras distintas, ya que el último se produce cuando se extingue un contrato válido, pero en la primera no se ha realizado ningún contrato sino que la agencia ha asegurado al consumidor la reserva de su plaza para la realización de un determinado viaje.²⁶³ En esta fase precontractual la agencia reserva su plaza al consumidor a cambio del pago, por parte de este, de una cantidad de dinero que si se llega a realizar el contrato se descontará del precio, por lo que no se trata de la extinción de un contrato sino de anular la posibilidad que tenía el consumidor de decidir la contratación del viaje.²⁶⁴ Esta facultad de la agencia no está sujeta a ningún presupuesto, basta la voluntad de la misma o la oportunidad que tenga para contratar en firme con otro cliente.

3.6.4.- Consecuencias jurídicas de la extinción del contrato de viaje combinado

Cuando la agencia cancela el viaje el consumidor puede elegir, como ya hemos dicho, las siguientes prestaciones: el reembolso de todas las cantidades que ha pagado hasta ese momento en cumplimiento del contrato o la realización de otro viaje combinado. Además de estas dos prestaciones el detallista y el organizador deberán indemnizar al consumidor cuando la cancelación del viaje le sea imputable a él, es decir al incumplimiento de las obligaciones que entran dentro de su ámbito de gestión del viaje.²⁶⁵ Aunque el

en las obligaciones recíprocas, ver DÍAZ MORENO, A., "La resolución del contrato...", ob. cit., pp. 48-50.

²⁶³ La no confirmación de la reserva no se encuentra contemplada en el art. 4 de la DVC, la asimilación de tal hipótesis a los dos supuestos de resolución del contrato, la cancelación del viaje por el organizador y la imposibilidad de cumplir la prestación comprometida en sus términos, constituye una decisión del legislador español.

²⁶⁴ Ver GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 152-153.

²⁶⁵ Sobre el régimen que resultaba de la Orden Ministerial de 1988 en los supuesto del cancelación del viaje por el organizador antes de la salida ver QUINTANA CARLO, I., "La

consumidor se dirigirá contra el detallista para que le pague la indemnización a que tiene derecho si éste tiene una representación indirecta del organizador e interviene en la venta del viaje combinado en su propio nombre pero el detallista tendrá una acción de regreso contra el organizador por ser éste el que ha provocado la extinción del contrato. Por contra cuando el detallista tiene una representación directa y en el contrato aparece como contraparte del consumidor la agencia organizadora del viaje, la acción tiene que dirigirse contra el organizador porque entra dentro de su ámbito de gestión del viaje.

El art. 9.2 LVC establece la cuantía mínima de indemnización que calcula como porcentajes del precio que van en aumento conforme se acerca la fecha prevista para iniciar el viaje. Así la agencia habrá de pagar el 5 por 100 del total del viaje si la extinción del contrato se produce entre los dos meses y quince días inmediatamente anteriores a la realización del viaje; el 10 por 100 si se produce entre los quince y tres días anteriores y el 25 por 100 si la extinción se produce dentro de las cuarenta y ocho horas anteriores.²⁶⁶ Lo que no deja muy claro la Ley es el momento en el que se produce el incumplimiento para determinar la indemnización correspondiente, en caso de cancelación del viaje por el organizador lo que se propone es la fecha de su notificación al consumidor, y si se trata de resolución regulada en el art. 8.2 LVC habrá que estar a la fecha de notificación por parte del organizador de la necesidad de modificar el contrato.

La agencia se verá obligada a indemnizar, excepto en los casos en los que queda exenta de responsabilidad por las causas previstas en el art. 9.3 LVC, así cuando el número de personas inscritas para el viaje combinado sea inferior al exigido y se comunique por escrito al consumidor antes de la fecha

adaptación..., ob. cit., p. 64 y DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo...*, ob. cit., pp. 286-288.

²⁶⁶ Este plazo se considera corto, pues si para aceptar la decisión del organizador de modificar el precio se le conceden al consumidor solo tres días y si no lo hace se entiende que elige la resolución del contrato, en este caso no se respeta ni siquiera dicho plazo, ni tampoco el concedido para la cancelación por falta de número mínimo exigido para conseguir el grupo que es de diez días, DE LEÓN ARCE, A., "Cancelación, desistimiento e incumplimiento del contrato de viaje combinado: supuestos legales" en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas...*, ob. cit., pp. 156-159.

límite fijada a tal fin en el contrato.²⁶⁷ O cuando la cancelación del viaje se deba a motivos de fuerza mayor, se entiende por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse a pesar de haber actuado con la diligencia debida.

En el primer caso el plazo para comunicar al consumidor la extinción del contrato no podrá ser inferior a diez días, además la LVC establece que el número mínimo de inscripciones y la fecha límite para la anulación del viaje, deben aparecer tanto en el folleto informativo como en el contrato, el incumplimiento de estos requisitos da lugar al derecho del consumidor a obtener la indemnización prevista en el art. 9.2 LVC. Esta cláusula de exoneración ha sido criticada por la doctrina que la considera abusiva, así se critica la falta de reciprocidad en la misma ya que el consumidor no podrá resolver el contrato si sus circunstancias hacen perjudicial la realización del viaje.²⁶⁸

También queda exenta de responsabilidad la agencia cuando la cancelación del viaje se debe a motivos de fuerza mayor el art. 9.3 LVC define este concepto como *“aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida”*. Esta causa de exoneración se encuentra también en el art. 1105 CC y forma parte de un conjunto de causas eximentes previstas por la Ley y la doctrina. El concepto de ajeno que invoca el precepto viene a significar que el nexo causal entre la acción causante del daño y éste no se ve interrumpido cuando interviene una persona que no puede considerarse tercero por su relación o vinculación con el sujeto responsable, es

²⁶⁷ La cancelación del viaje combinado por este motivo se considera causa suficiente por razones del tipo económico del organizador, ya que la necesaria actividad preparatoria de una actividad de carácter complejo que debe acometer el deudor de esta prestación en el ejercicio de su actividad de empresa es un caso de venta de cosa futura "sui generis", que se diferencia así de la clásica y se adapta a los nuevos supuestos del tráfico jurídico y económico, ver DE LEÓN ARCE, A., "Cancelación, desistimiento e incumplimiento...", ob. cit., pp. 159-160.

²⁶⁸ Esta es la opinión de DÍAZ ALABART, "Comentario al art. 10...", ob. cit., p. 264. También AURIOLAS MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados..." ob. cit., p. 853, considera injusta esta exención ya que esta circunstancia se dará en la mayoría de las ocasiones por negligencia de la propia agencia.

decir que no constituye fuerza mayor cuando a pesar de no haberse causado por una actuación negligente del organizador tampoco es fuerza mayor por quedar dentro de la esfera de su actividad o empresa, dentro del ámbito de riesgo propio de la misma.²⁶⁹

La noción de fuerza mayor coincide con la utilizada en nuestro Derecho que distingue entre fuerza mayor y caso fortuito según si la circunstancia que impide el cumplimiento de la obligación es extraña o no al círculo de esta o a la actividad del deudor, como es el caso de las catástrofes naturales como ciclones terremotos, catástrofes ecológicas, accidentes nucleares, guerras, revueltas políticas o sociales, epidemias, la amenaza de atentados terroristas o el cierre de fronteras. Para que los hechos que dan lugar a la exención de responsabilidad de la agencia puedan ser considerados como fuerza mayor, han de ser además imprevisibles y anormales a pesar de haber actuado la agencia con la diligencia debida.²⁷⁰

El concepto de diligencia debida debe ser interpretado según lo entendido por la jurisprudencia que considera en aplicación del art. 1104 CC que la falta de previsión o la imposibilidad de evitar el daño hay que considerarla en *“la actividad del hombre medio, con relación a las circunstancias del momento”* por lo que la agencia deberá realizar una actuación diligente necesaria para llevar a cabo la prestación a la que se ha comprometido que es de resultado. También hay que hacer referencia a las huelgas, ya que si se realiza por los prestadores de servicios contratados por el organizador no puede considerarse como una circunstancia ajena a él a no ser que se tratara de una huelga imprevisible de personal completamente ajeno al

²⁶⁹ GÓMEZ CALLE, pone como ejemplo el hotel contratado en firme para el alojamiento que pocos días antes del comienzo del viaje comunica que no va a disponer de las habitaciones reservadas por estar ya ocupadas; en *El contrato...*, ob.cit., p. 195. La misma opinión mantiene DE LA HAZA DÍAZ, P., al determinar que el consumidor no puede verse afectado y la agencia no puede eximirse de responsabilidad porque las empresas contratadas por el organizador no puedan cumplir sus obligaciones ya que esta intervención no es la de un tercero ajeno al contrato, en *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p.170.

²⁷⁰ A cerca de las situaciones en las que puede considerarse la existencia de fuerza mayor ver BECH SERRAT, J. M., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 481-482.

organizador.²⁷¹

Por otro lado la LVC excluye expresamente el overbooking como un supuesto de fuerza mayor, esto ocurre cuando la agencia vende más plazas de las disponibles ya que prevé que no todos los consumidores que reservan su plaza vaya a realizar efectivamente el viaje, esta es una práctica muy habitual entre los operadores aéreos y los empresarios hoteleros.²⁷² Por lo tanto al tratarse de una práctica muy común y por lo tanto previsible entra dentro de los riesgos propios del organizador quien además responde de los incumplimientos de los prestatarios de servicios contratados por él.

Hay que destacar que el art. 9.3 LVC determina la obligación de indemnizar cuando los motivos de fuerza mayor den lugar a la cancelación del viaje, pero el art. 9.2 LVC también obliga a indemnizar cuando el consumidor resuelve el contrato al amparo del art. 8.2 LVC por no querer aceptar la modificación que pretendía introducir el organizador. Por lo tanto si el organizador se vio obligado a modificar el contrato debido a una causa de fuerza mayor creemos que tampoco tendrá obligación de indemnizar al igual que ocurre en los supuestos incluidos en el art. 9.2 LVC.²⁷³

3.6.5.- Extinción del contrato por el consumidor

El art. 9.4 LVC regula la facultad del consumidor de extinguir el contrato por su voluntad antes del inicio del viaje pero se contempla el desistimiento como un acto individual realizado por uno o varios de los consumidores con lo cual el viaje no queda cancelado sino que se llevará a cabo por el resto de las personas inscritas. Pues bien este art. afirma que 'en

²⁷¹ En este sentido BECH SERRAT analiza la no exigencia de extraneidad del acontecimiento exoneratorio por el art. 11.2 de la LVC en los casos de huelga, esto es, la huelga sólo exonera de responsabilidad al organizador si se encuentra fuera de la esfera de influencia tanto de éste como del consumidor, así mismo lo compara con la regulación de este supuesto en algunos países europeos, en *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 437-442.

²⁷² Respecto a la regulación del overbooking ver FELIÚ REY, M. I., "Cesión de reserva..." ob. cit., pp. 62-65.

²⁷³ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 199.

todo momento el usuario o consumidor podrá desistir de los servicios solicitados o contratados” con lo cual puede efectuarse el desistimiento antes o después de suscribir el documento contractual, es decir en cualquier momento una vez solicitados los servicios de la agencia de viajes.²⁷⁴

Las consecuencias del desistimiento son que el consumidor tiene derecho a la devolución de las cantidades abonadas, incluido el depósito previo, pero salvo que el desistimiento se deba a fuerza mayor éste deberá satisfacer al organizador o detallista una indemnización. Para la extinción del contrato no deberá alegar o justificar una causa del desistimiento y además no está sujeto a ningún plazo o condición pero ha de comunicarse a la agencia de viajes antes de la salida sino se produciría en vez de un desistimiento un “*no presentarse a la salida*” que tiene consecuencias más graves para el consumidor porque habrá provocado la imposibilidad de que la agencia contrate nuevamente la plaza del consumidor que desiste.

La fuerza mayor como causa impositiva del cumplimiento no es el motivo de que el consumidor no pague el precio que sería la obligación principal del mismo sino que es la razón que le impide aprovechar la prestación de la contraparte. El desistimiento quedaría justificado cuando después de reservado el viaje sobreviene una circunstancia ajena al consumidor, imprevisible para él en el momento de contratar y de consecuencias inevitables pese a haber puesto la diligencia exigible,²⁷⁵ esta circunstancia puede ser tanto de tipo personal como por ejemplo sufrir un accidente que le va a tener inmóvil durante el tiempo previsto para el viaje;²⁷⁶ o también una circunstancia extraña

²⁷⁴ Ver DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 172-174.

²⁷⁵ Por ejemplo la AP de Sevilla en sentencia de 26.10.92 se pronunció acerca de un supuesto en que el consumidor decidió cancelar el viaje contratado a Estambul, alegando motivos de seguridad personal ya que el tráfico aéreo en la zona se veía amenazado por la declaración de un conflicto bélico en ella. La agencia había restituido el precio de los viajes excepto el 5 por 100 en concepto de penalización. Pero se estimó la pretensión del consumidor que reclamó la devolución del precio íntegro, se condenó al mayorista invocándose la cláusula *rebus sic stantibus* y otras construcciones doctrinales justificativas de la revisión doctrinal de los contratos por alteración sobrevenida de las circunstancias.

²⁷⁶ Organizadores como Poli-Tours y Mundiclass incluyen dentro de sus condiciones generales como causa de fuerza mayor “la muerte de familiares en primer grado, accidente o enfermedad grave con internamiento en clínica del propio consumidor o familiares en primer grado...”.

a la persona como una catástrofe natural que hace imposible disfrutar de unas vacaciones en la playa en un país caribeño a pesar de que el hotel y los medios de transporte se encuentren en buenas condiciones. Si ocurre así el consumidor no tendrá que pagar el precio y se verá libre de penalizaciones y además no tendrá que costear los posibles gastos de gestión y anulación que tienen que ser afrontados por la otra parte.

En cuanto a la obligación de pagar una indemnización a la agencia la cuantía se determina por la suma de dos conceptos por un lado los gastos de gestión y anulación y por otra parte una penalización. En el primer concepto el problema está en que el consumidor no puede controlar su cuantía y sólo se prevé la determinación en el contrato de los gastos de anulación, art. 9.4 b), cuando el viaje esté “*sujeto a condiciones económicas especiales de contratación tales como flete de aviones, buques, tarifas especiales, etc.*”, en tales casos las compañías aéreas o navieras suelen fijar sus propias tasas de anulación que son las que debe satisfacer el consumidor.

La penalización se determina en función del precio del viaje y del momento en que el consumidor lo cancela, el art. 9.3 LVC establece que será el 5 por 100 del precio si el desistimiento tiene lugar entre los 14 y 11 días anteriores a la fecha de comienzo del viaje, el 15 por 100 si es entre los días 10 y 3, y el 25 por 100 si desiste dentro de las últimas 48 horas.²⁷⁷ Por lo tanto si el consumidor desiste con al menos 15 días de antelación no se le puede penalizar aunque se hubiera incluido una cláusula en el contrato en este sentido. Estos plazos deben entenderse desde el momento en que se comunica a la agencia de viajes el desistimiento del contrato a partir de entonces se producirán los efectos resolutorios.²⁷⁸

Pero si el desistimiento se produce una vez iniciado el viaje no se aplicará el art. 9.4 LVC si éste se produce por los defectos observados en la

²⁷⁷ Para GÓMEZ CALLE, E., existe un trato abusivo para el consumidor si desiste entre los días 10 y 3 previos al viaje ya que se le puede penalizar más que al organizador que cancela en ese plazo, si esta diferencia se recogiera en una cláusula en el contrato ésta se consideraría abusiva, en *El contrato...*, ob.cit., p. 206.

²⁷⁸ Tanto el organizador como el detallista podrán exigir la indemnización al consumidor aunque lo habitual será que el detallista se encargue de reclamárselo.

ejecución del viaje ya que se aplicarían las normas sobre incumplimiento de los arts. 10 y 11 LVC. También puede abandonar el viaje el consumidor por decisión personal ya sea por una causa no constitutiva de fuerza mayor o por falta de ganas. En este caso la LVC no da una solución a acerca de si el consumidor tuviese derecho a la devolución de parte del precio pagado en proporción a los servicios que le han sido prestados hasta ese momento. El CC no tiene una regulación general del desistimiento unilateral como vía para poner fin a una relación obligatoria, pero el art. 1594 CC encontramos una regla que permite al comitente desistir libremente de la construcción de la obra aunque ya se hubiese iniciado. Si aplicáramos este art. el viajero tendría que satisfacer a la otra parte el beneficio total que le hubiera reportado el viaje y todos sus gastos, en el que se incluirían el importe de las prestaciones ejecutadas y los gastos derivados de la cancelación de las no ejecutadas.²⁷⁹

Por lo que se refiere a los gastos adicionales ocasionados por la interrupción del viaje serán de cuenta del viajero tal como establece el art. 6.d) LVC cuando se refiere a los gastos de repatriación o traslado al lugar de origen en caso de accidente, enfermedad o fallecimiento del viajero ya que se obliga al detallista a informar al consumidor antes del inicio del viaje sobre la posible suscripción de un contrato de asistencia que cubra los gastos mencionados.

Aunque no se puede calificar el contrato de viaje combinado como contrato similar al de obra si hemos visto que hay importantes puntos en común entre ambos contratos y teniendo en cuenta que el fin de la LVC es proteger al consumidor éste resultaría más favorecido si se aplicara el art. 1594 CC ya que podría recuperar la parte del precio correspondiente a los gastos no realizados por el organizador y éste recuperaría lo gastado y tendría asegurado el beneficio ya que el viaje se realizaría por otra persona.²⁸⁰

Por último el art. 9.4 LVC establece que cuando el consumidor no se presente a la salida tendrá que abonar a la agencia el precio total de viaje o las

²⁷⁹ Pero no debería cobrar esas cantidades el organizador si encontrara otra persona interesada en contratar las prestaciones aun pendientes, en el caso de que no se admitiera la aplicación analógica del art. 1594 CC si el consumidor desiste por decisión personal después de iniciado el viaje tendrá que abonar todo el precio.

cantidades que en este concepto estén pendientes de pago, a no ser que acuerden otra cosa. Se puede considerar como un incumplimiento total por parte del consumidor, pero técnicamente describe una situación en la que la agencia dispuesta a cumplir su obligación no puede ya que se lo impide la otra parte. Las consecuencias serán las que las partes establezcan pero en el caso de que no exista acuerdo se obliga al consumidor al pago del precio total de viaje o de las cantidades que queden por pagar.²⁸¹

3.7.- EL INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO

Los arts. 10, 11 y 12 LVC regulan el incumplimiento parcial o defectuoso de la prestación por parte de la agencia en la realización del viaje y las posibles soluciones que ésta ha de dar al consumidor durante su transcurso, la responsabilidad contractual en que incurre la agencia por el incumplimiento del contrato y las garantías que debe constituir para hacer frente a su responsabilidad.²⁸²

El incumplimiento se refiere a las obligaciones generadas por el negocio jurídico contractual, para el deudor de la prestación el incumplimiento es una infracción del deber jurídico que le incumbe en virtud del contrato, comportamiento que si es imputable al infractor de lugar a la consiguiente responsabilidad. Para el acreedor el incumplimiento representa la frustración de unas expectativas legítimas ya que no obtiene la prestación que tenía derecho a esperar sobre la base del contrato.

²⁸⁰ Ver GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 156-157.

²⁸¹ Se queda en manos de la agencia la consideración de la causa de no presentación como una cuestión grave en extremo, ya que no se diferencia entre causa imputable o no imputable al consumidor. En este sentido el art. 696 del Cc sostiene que la falta de presentación del viajero por fallecimiento, obliga a sus herederos a satisfacer la mitad del pasaje, salvo que otro pasajero le sustituya

²⁸² El régimen de responsabilidad contractual es una de las cuestiones más novedosas de la LVC respecto del régimen anterior.

3.7.1.- Supuestos de incumplimiento durante la realización del viaje

El art. 10 LVC regula la no prestación de una parte importante de los servicios una vez iniciado el viaje, por lo que hay que determinar cuando existe el defecto o la parte no cumplida que da lugar a la aplicación de la consecuencia jurídica prevista en la norma. Este precepto ha sido criticado por muchos autores ya que contiene unos conceptos indeterminados sin un exacto contenido jurídico, además recoge el mismo una normativa más severa para el consumidor en un momento en que se encuentra desamparado en contraste con los supuestos similares que se producen antes del inicio del viaje.²⁸³

Distingue el art. 10 LVC entre incumplimiento grave o de una cierta entidad, si el organizador no suministra una parte importante de los servicios, por lo que se impone a la agencia determinadas obligaciones encaminadas a solucionar los problemas o defectos que se presenten, a fin de que el consumidor pueda proseguir el viaje, o en otro caso le dan la posibilidad de que regrese al lugar de salida del viaje. Pero existen otros incumplimientos que no se describen en la norma ya que el art. 10 LVC no menciona la entidad del defecto de la prestación, sino sólo su posible consecuencia la reclamación del consumidor ante la agencia, que deberá provocar algo tan etéreo como la solución adecuada, a través de “la actuación diligente del organizador o detallista”.²⁸⁴ Con ello se sitúa en la misma línea del art. 1124 CC que distingue dentro de la lesión del derecho de crédito entre aquella en que el deudor no lleva a cabo la prestación comprometida y aquella en que realiza una prestación que no se ajusta a lo convenido.²⁸⁵

²⁸³ Así QUINTANA CARLO, I., “La adaptación...”, ob. cit., p. 53; DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo...*, ob. cit., pp. 306 y 307; GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 259; DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 181.

²⁸⁴ Es el incumplimiento derivado de la falta de diligencia del organizador lo que ha provocado el mayor número de sentencias de las Audiencias Provinciales, así: SAP de Zaragoza de 20 de diciembre de 1991, SAP de Vitoria de 2 de marzo de 1993, la SAP de Valencia de 17 de junio de 1993, la SAP de Segovia de 13 de diciembre de 1993, SAP de Pontevedra de 16 de diciembre de 1993, SAP de Bilbao de 24 de enero de 1994, SAP de Valencia de 26 de enero de 1994.

²⁸⁵ Díez-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho...*, ob. cit., p. 570.

Las consecuencias jurídicas del art. 10 LVC sólo se producen cuando el organizador compruebe que no va a poder suministrar una parte importante de los servicios contratados o de hecho no los suministre. Para calificar el incumplimiento de la agencia como importante o como menos importante la norma contiene unos criterios pero el dato decisivo se basa en un incumplimiento de tal naturaleza que impida o dificulte la continuación del viaje combinado, es decir la no prestación de cualquier servicio que obliga al organizador a tomar las medidas adecuadas para que el viaje continúe.²⁸⁶

El supuesto de hecho de la norma aparece delimitado en el párrafo primero del art. 10 LVC que comienza así: *‘En el caso de que después de la salida del viaje el organizador no suministre o compruebe que no puede suministrar una parte de los servicios previstos en el contrato...’*. De esto se deduce que se consideran como importantes aquellos servicios que deban entenderse como determinantes de la voluntad negocial del consumidor, es decir, que sino se hubieran incluido en el viaje hubieran llevado al consumidor a no contratarlo o a no hacerlo en los mismos términos, como puede ser el destino, el itinerario, los medios y la categoría de los transportes, el alojamiento, etc. Y habrá incumplimiento parcial cuando el consumidor no reciba parte de los servicios e incumplimiento defectuoso cuando la prestación realizada no se adecue a la debida.²⁸⁷

Además la norma es aplicable cuando ya se ha iniciado el viaje tanto si se ha consumado la no prestación del servicio como cuando el organizador considera que no podrá prestar un servicio comprometido. No importa cuál sea la causa por la que el organizador no preste los servicios comprometidos siempre que ésta no sea imputable únicamente al consumidor, al igual que el organizador o detallista no tienen por qué prestar asistencia al consumidor que

²⁸⁶ También se califica el incumplimiento como importante en el supuesto de que aun pudiéndose suministrar todos los servicios que componen el viaje alguno de ellos tenga un defecto que haga imposible la continuación del viaje en los términos que estaba pactado.

²⁸⁷ Según la doctrina se produce cumplimiento defectuoso cuando existe una contravención de los requisitos de identidad o integridad en el pago, cuando el deudor cumple en un lugar diferente o en plazo distinto del pactado, GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 126-127, DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 180-181.

se halle en dificultades por causas a él imputables.

Por lo tanto se trata de precisar cuando el incumplimiento puede tener el efecto de resolver la relación que une al consumidor con la agencia de viajes, por ello la interpretación del término “*importante*” ha de hacerse teniendo en cuenta la opinión jurisprudencial que en aplicación del art. 1124 CC ha ido precisando cuando un incumplimiento parcial o un incumplimiento defectuoso puede provocar la resolución contractual...²⁸⁸

Aunque el art. 10 LVC es más riguroso para calificar el incumplimiento como apto para resolver el contrato ya que exige para tal calificación que el mismo provoque la imposibilidad de continuar el viaje o al menos consista en una circunstancia en la cual sea razonable que el consumidor no lo continúe.²⁸⁹

3.7.1.I.- Consecuencias jurídicas

Cuando se dan las circunstancias descritas, nacen determinadas obligaciones para la agencia y determinadas posibilidades de actuación del consumidor. Al producirse el incumplimiento el consumidor ha de comunicárselo al organizador, al detallista y en su caso al prestador del servicio conforme a lo dispuesto en el art. 4.1 m) LVC, lo que da lugar a que el detallista o en su caso el organizador tenga que actuar con diligencia para arbitrar “*soluciones adecuadas*” al problema. Básicamente la agencia debe tomar las medidas precisas para que el viaje continúe y el consumidor puede continuar el viaje o regresar al punto de destino, es decir extinguir la relación contractual.

²⁸⁸ El Tribunal Supremo ha mantenido que existe una causa justificada para extinguir el contrato por incumplimiento de parte de la prestación o por cumplimiento defectuoso del mismo cuando con esa parte incumplida o con ese defecto el acreedor no hubiera contratado o lo hubiera hecho en condiciones diferentes y esto con independencia de que la obligación incumplida sea principal o accesoria dentro de la prestación debida o de la entidad objetiva del defecto, sentencias de 12 de noviembre de 1993, de 16 de noviembre de 1993, de 10 de enero de 1994.

²⁸⁹ El rigor es debido a que durante la realización del viaje no se puede permitir, ni sería beneficioso para el consumidor que pudiera abandonar porque la agencia no le suministre cualquier servicio o no se lo suministre de forma tan defectuosa que el consumidor no hubiera contratado ese viaje combinado o lo hubiera contratado por un precio menor.

El organizador esta obligado a adoptar las medidas necesarias que pueden consistir en procurar que los servicios sustitutorios de los previstos sean lo más parecido posible a éstos.²⁹⁰ Si los servicios no pueden ser equivalentes en este caso el precepto determina que si son de un coste mayor no podrá imponer al consumidor suplemento del precio inicial; si son de menor coste tendrá la agencia que devolver al consumidor la diferencia entre las prestaciones previstas y las realmente suministradas. Pero si en vez de sustituirse una prestación por otra lo que ocurre es que no se le suministra al consumidor alguno de los servicios comprometidos la norma favorece al consumidor para que se le devuelva lo que pago por ellos puesto que no es posible una corrección posterior del defecto.²⁹¹ Lo que persigue el legislador es establecer de nuevo la equivalencia de las prestaciones en una relación obligatoria sinalagmática.²⁹²

Según la Sentencia de la AP de Segovia de 13 de diciembre de 1993 si una prestación es sustituida por otra y el consumidor exige la restitución de parte del precio alegando el menor valor del servicio ofrecido es la agencia demandada quien debe probar que el servicio sustitutorio era de igual categoría que el sustituido y esto no sólo porque ése sería el hecho impeditivo de su obligación de reembolso de la diferencia sino porque a ella le resulta más fácil que al consumidor acreditar algo que afecta al núcleo de su actividad, como es la categoría de los servicios que ofrece.

Por otro lado la LVC no fija un plazo para que el consumidor realice su reclamación pero si el organizador no responde en la búsqueda de soluciones y ante la pasividad de éste o la necesidad de arbitrar inmediatamente un remedio al problema, el consumidor pone en práctica una solución costeándola por su

²⁹⁰ En caso de imposibilidad sobrevenida jurídica o física, de una prestación del viaje, la liberación del deudor conforme al art. 1184 CC se completa aquí con el régimen previsto en el art. 10 LVC.

²⁹¹ Al igual que el comprador de una cosa defectuosa dispone de la acción *quantum minoris* para exigir la rebaja del precio Art. 1.486. I CC la LVC pretende un ajuste del precio al contenido final de la prestación.

²⁹² Lo mismo que la acción *quantum minoris* del art. 1.484 CC, PANTALEÓN PRIETO F., “El sistema de responsabilidad contractual (Materiales para un debate)”, *Anuario de Derecho Civil*, 1991, p. 1051.

cuenta podría reclamar la devolución de los costes siempre que fueran razonables y proporcionados a la entidad del problema a resolver.²⁹³ Ya que concluido el viaje el consumidor pierde cualquier posibilidad de obtener esa prestación o una similar a ella por lo que su interés quedaría insatisfecho de no poder adoptar él mismo in situ una solución a costa de la parte incumplidora.

Si el organizador propone la continuación del viaje con las soluciones adecuadas a los problemas surgidos la aceptación de dicha propuesta por el consumidor puede hacerse expresa o tácitamente, esto último se produciría si continúa el viaje.²⁹⁴ También puede resolver el contrato por incumplimiento y desistir del viaje para ello se basará en dos causas: la primera que a pesar de que el organizador haya tomado las medidas a su alcance para la continuación del viaje éstas resulten insuficientes o inviables. Esto significa que la Ley impone la obligación de actuar con diligencia para el organizador, no sólo en el cumplimiento de la prestación debida sino también en la obtención de un resultado que es el viaje combinado.²⁹⁵

Una segunda causa por la que el consumidor no acepte continuar el viaje con los servicios sustitutorios propuestos por el organizador el art. 10.2 LVC exige que el rechazo del consumidor sea “por motivos razonables”. Como tales se puede entender una pérdida de calidad de los servicios contratados o de confort del viaje ²⁹⁶ ya que este tipo de modificación posibilita al consumidor desistir del viaje antes de que se haya iniciado art. 8 LVC, no se puede considerar la rebaja del precio como una solución adecuada para quien contrató

²⁹³ Así el art. 1.098 CC dispone que cuando el obligado a hacer alguna cosa no lo hiciere se puede mandar ejecutar a su costa, por lo tanto el viajero que busca por sí mismo una solución a la prestación del servicio comprometido podrá recuperar el coste de la misma de quien debiendo suministrársela no lo hizo.

²⁹⁴ Para MARTÍNEZ ESPÍN si el consumidor continúa el viaje renunciará a su derecho de reclamación posterior, lo que motivará que queden impunes incumplimientos de escasa relevancia, debido a que en la mayoría de los casos el consumidor preferirá continuar el viaje, en “Daño moral por incumplimiento del contrato de viaje. Comentario a la sentencia de la AP de Badajoz de 6 de septiembre de 1995”, *Poder Judicial*, nº 40, p. 418.

²⁹⁵ Además si a pesar de esa actuación diligente tendente a evitar el incumplimiento de la obligación el resultado no se obtiene, el consumidor puede extinguir justificadamente el contrato y exigir responsabilidad a la agencia de viajes.

²⁹⁶ Esta postura la comparten GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 271; DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p.190.

ciertas comodidades aunque fuese más caro. Pero también el consumidor puede tener motivos personales razonables para rechazar el cambio como por ejemplo quien por tener fobia a volar contrata un viaje en el que todos los traslados se realicen por tierra puede interrumpir el viaje y regresar antes de tiempo por realizar una etapa del mismo en avión. Esto a pesar de que el consumidor no haya informado a la agencia de su fobia ya que no se trata de un problema de causa ni de incorporación a la misma de motivos personales, sino de no prestación de un servicio previsto en el contrato.

El rechazo justificado del consumidor da lugar al nacimiento de dos obligaciones para el organizador según indica el art. 10.2 LVC, en primer lugar debe facilitársele el regreso al consumidor, poniendo a su disposición un medio de transporte equivalente en el viaje para regresar al lugar de salida o a cualquier otro destino que hubieran convenido las partes en el contrato o una vez surgido el problema. Pero en los escasos supuestos en que el consumidor desista del viaje sin motivo perderá el derecho a pedir indemnización y tendrá que ser a su costa el regreso a su lugar de residencia o a cualquier otro lugar.²⁹⁷ La LVC no concreta si es un presupuesto de la obligación del organizador el que el transporte de regreso este incluido en el viaje al imponerse la utilización de un medio de transporte equivalente al utilizado en el viaje, con lo cual se presupone que éste debe incluir alguna prestación de este tipo, pues en otro caso falta el punto de referencia del medio a utilizar. Si el paquete no comprende ningún transporte el organizador no estará obligado a facilitar el regreso según los términos del art. 10.2 LVC. En el caso de que el contrato incluyera viaje de ida o un itinerario en el lugar pero no tuviera viaje de regreso si aplicamos literalmente el art. 10.2 LVC el organizador tendría la obligación de proporcionar al viajero un medio de transporte similar para volver,²⁹⁸ pero esto no parece razonable ya que al no estar incluido en el viaje el consumidor

²⁹⁷ DE LA HAZA DÍAZ sostiene que en cualquier caso la agencia deberá facilitar al consumidor el medio de transporte necesario para regresar, en *El contrato de viaje combinado...*, p.191.

²⁹⁸ Otro problema que surgiría en este caso es si se hubieran utilizado diferentes medios de transporte en las distintas etapas del viaje.

tendría que costearse la vuelta en todo caso.²⁹⁹

También prevé este artículo la posibilidad de que en estas circunstancias el organizador y el consumidor convengan que éste facilite a aquel un medio de transporte, pero esta vez para viajar a un sitio diferente al lugar de salida del viaje combinado, en cuyo caso las consecuencias de la no prestación de los servicios previstos inicialmente tendrán que determinarse según este convenio de las partes contratantes. Si el organizador no cumple con la obligación de facilitar un medio de transporte al consumidor y éste regresa a su costa, podría exigir después la restitución de los gastos necesarios.³⁰⁰

GÓMEZ CALLE³⁰¹ mantiene una postura contraria a la solución propuesta por el art. 10.2 LVC ya que entiende que no es obligación del organizador facilitar el transporte de regreso y sólo debería mantenerse este supuesto en el caso de que aquélla fuera una prestación prevista en el contrato. Este juicio nos parece que va en contra del fin de la norma que es la defensa del consumidor ya que si cuando se produce la modificación de los servicios ofertados y el consumidor decide no continuar el viaje esto se produce en un país extranjero le resultará muy difícil en alguno casos encontrar un medio de transporte para su regreso, teniendo en cuenta además que el incumplimiento se ha producido por el organizador y no por el consumidor.

El consumidor podrá reclamar el pago de los costes adicionales que le hubiera supuesto el adelanto de la fecha de vuelta pudiendo exigir su indemnización cuando no mediara causa de exoneración del art. 11.2 LVC,³⁰² por lo tanto si la no prestación de una parte importante de los servicios es imputable a un tercero ajeno a su suministro y ello era imprevisible o insuperable, o se debió a fuerza mayor o a caso fortuito, el organizador seguirá obligado a trasladar a su costa al consumidor pero no a indemnizarle los daños

²⁹⁹ Ver GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 1116-1119.

³⁰⁰ En cualquier caso además podrá exigir una indemnización en los términos del art. 11 LVC tanto si el organizador le facilita el medio de transporte de regreso como si no lo hace.

³⁰¹ *El contrato...*, ob.cit., p. 273-274. Una solución similar es la que resulta del BGB.

³⁰² El art. 10.2 LVC indica que el organizador está obligado a facilitar el medio de transporte para regresar al punto de salida el consumidor "sin perjuicio de la indemnización que en su caso proceda".

consecuencia de la no prestación. El art. 10.2 LVC no menciona ningún derecho de reembolso del consumidor ni por las prestaciones que no se le hubieran suministrado antes de poner término al viaje, ni por las que quedaban por cumplir hasta la finalización del viaje interrumpido. Aunque sí establece la Ley la obligación del organizador de abonarle al viajero la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas cuando el viaje continúe pese a la no prestación de los servicios comprometidos, por lo que se podría aplicar la misma regla cuando el viaje se interrumpa porque el organizador no ofrezca soluciones viables o el consumidor las haya rechazado por motivos razonables. Es necesario reestablecer el equilibrio de las prestaciones de quienes son parte en una relación sinalagmática y para ello sirve la regla indicada.³⁰³

Así se llega a un resultado similar al de la resolución según el art. 1.124 CC, porque cuando lo que se resuelve es un contrato sinalagmático de tracto sucesivo las prestaciones que derivan del mismo satisfacen el interés de los contratantes a medida que se ejecutan, ni éstas ni sus correspondientes han de devolverse por la resolución pues la reciprocidad ha funcionado hasta ese momento, y de otro lado porque la resolución deja abierta la posibilidad de exigir al propio tiempo la indemnización de daños y perjuicios.³⁰⁴ Aunque el art. 1.124 no sea de aplicación aquí ya que queda desplazado por las reglas especiales del contrato de viaje combinado.

Una última cuestión se plantea en lo referente al derecho a la restitución de las cantidades abonadas por servicios no suministrados, pero podría exigir también el consumidor la restitución de lo pagado por aquellas prestaciones que aunque se le han proporcionado no le reportaron ninguna utilidad porque estaban dispuestas al servicio de otras que de no llegarse a prestar dejan sin sentido aquéllas. Por ejemplo el traslado en avión hasta el país en que iban a

³⁰³ GÓMEZ CALERO justifica el derecho del consumidor al reembolso de lo pagado en exceso en el art. 11.2 LVC entendiendo que “el precio abonado de más constituiría un daño patrimonial resarcible”, *Régimen jurídico...* ob. cit., p. 120. Sin embargo para GÓMEZ CALLE el fundamento de esta pretensión no es indemnizatorio sino el restablecimiento de la equivalencia de las prestaciones de las partes, en *El contrato...*, ob.cit., p. 275.

³⁰⁴ Esta opinión es mantenida por DÍEZ-PICAZO, L., y GULLÓN, A., *Sistema de Derecho Civil*, vol. II, p.272.

tener lugar las vacaciones si éstas no pueden iniciarse porque un terremoto ha arrasado la zona así que la solución es devolver a los viajeros al lugar de partida. ¿Podría exigir el consumidor la devolución de lo pagado por estas prestaciones?. La LVC no resuelve la cuestión, sin embargo en el caso del contrato de obra el art. 1.595 CC establece que cuando quien contrató la obra “no puede acabarla por alguna causa independiente de su voluntad”, el propietario tendrá que abonarle “a proporción del precio convenido el valor de la parte ejecutada y de los materiales preparados, siempre que de estos materiales reporte algún beneficio”. De esto resulta que la parte ya realizada ha de pagarse en todo caso reporte o no enriquecimiento para el dueño de la obra ya que este criterio sólo se tiene en cuenta respecto de los materiales preparados para la consecución de la obra.³⁰⁵

La aplicación analógica de esta norma al contrato de viaje combinado daría lugar a que el consumidor no podría reclamar la restitución de lo pagado por las prestaciones ya ejecutadas, aunque por sí solas no le hubieran sido de ninguna utilidad, si bien el organizador no podría retener nada por los gastos hechos para la reserva y organización de los servicios que finalmente no llegó a prestar.³⁰⁶

3.7.1.II.- La prestación defectuosa de los servicios comprometidos

Como ya dijimos anteriormente el art. 10 LVC sólo regula los casos en que no se suministran los servicios incluidos en el contrato de viaje combinado, pero también existe ejecución defectuosa del mismo cuando los servicios pactados se suministran de manera deficiente, como por ejemplo cuando la

³⁰⁵ La doctrina ha admitido que el consumidor puede reclamar la indemnización de los daños y perjuicios por la prestación deficiente de los servicios a pesar de continuar el viaje, ver GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 269.

³⁰⁶ Esto sólo sería así si el organizador no pudo prestar una parte importante de los servicios previstos por alguna “causa independiente de su voluntad”, lo que ocurriría en el supuesto de imposibilidad sobrevenida fortuita; en otro caso parecería justificado que el consumidor no tuviera que pagar esas prestaciones que no le reportaron ninguna utilidad ya que entonces no tendría sentido el reparto de riesgos que resulta del art. 1.595 CC.

comida está en mal estado o la visita guiada no comprende todos los lugares previstos.

La ejecución defectuosa del contrato también se encuentra dentro de los supuestos regulados por el art. 10 LVC, así el organizador que compruebe que no va a poder suministrar un servicio importante ha de buscar una alternativa viable para sustituirlo y esta sustitución puede traducirse en una prestación que no se ajusta a lo previsto y que por ello ha de considerarse defectuosa.³⁰⁷ Así cabe considerar como “no prestado” el servicio que fue completamente defectuoso o estimar que *‘no se ha suministrado una parte importante de un servicio’* en algunos supuestos de ejecución deficiente. Pero hay otros supuestos de ejecución deficiente que no encajan dentro de la norma, como por ejemplo si el hotel no es tan tranquilo, ni está tan cerca de la playa como se anunciaba en el folleto, en este caso no es que no se haya prestado el servicio sino que le falta una cualidad asegurada.³⁰⁸

Sin embargo se podría asimilar el supuesto de no prestación de una parte importante de los servicios al de prestación defectuosa de alguno de ellos para aplicar a éste último las mismas consecuencias jurídicas que al primero, ya que del art. 10 LVC resulta un régimen coincidente en su mayor parte con el que se deriva de las reglas generales del Código Civil para las hipótesis de lesión del derecho de crédito.³⁰⁹

Para ello el organizador ha de actuar diligentemente art. 10.3 LVC lo que significa la búsqueda rápida de una solución ya que por las características y naturaleza del contrato la subsanación posterior del defecto no siempre permitirá satisfacer al consumidor.³¹⁰ También la inactividad del organizador

³⁰⁷ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 281.

³⁰⁸ También en el caso de que se sirva un desayuno en mal estado aun considerándose no prestado el servicio éste no puede considerarse “importante” en el sentido del art. 10 LVC.

³⁰⁹ Por tanto ante una prestación defectuosa el consumidor tiene derecho a exigir su correcto cumplimiento y a que se corrijan los defectos denunciados sin coste adicional alguno para él, además el cumplimiento es un derecho que ostenta el deudor para evitar otras medidas del acreedor insatisfecho mientras éste conserve interés en la prestación.

³¹⁰ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., pp. 282-283. DE LA HAZA DÍAZ P., también mantiene esta postura ya que para ella los defectos menos graves “de ninguna forma impiden o dificultan la continuación del viaje combinado, aunque por otra parte se trata de un incumplimiento y por tanto el consumidor tiene derecho a reclamar que el

legitimará al viajero a buscar una solución por sí mismo al igual que vimos en el supuesto anterior. Pero el consumidor dispone de otras soluciones, por un lado la reducción del precio por la pérdida de valor de la prestación a consecuencia de los defectos; de otro lado cuando la situación sea tal que de acuerdo con la buena fe contractual no quepa exigir a la parte que ha cumplido ya con lo que le incumbe, que continúe vinculada al contrato, el consumidor estará legitimado para poner fin anticipado al contrato por lo que el organizador habrá de procurarle un transporte de regreso en los términos previstos en el art. 10.2 LVC y reintegrarle las cantidades que correspondan de acuerdo con los criterios expuestos anteriormente.³¹¹

Tendremos que delimitar cuando nos encontramos con la prestación defectuosa de un servicio, en nuestro Derecho la prestación es defectuosa si no se ajusta por completo al programa prestacional³¹² y éste lo da el contrato celebrado sobre la base de la oferta plasmada en el folleto con las variaciones que hayan introducido las partes mediante pactos individuales, sin tener en cuenta las exageraciones publicitarias carentes de relevancia siempre que se mantengan dentro de los límites legales. Hay que diferenciar los defectos del viaje de los inconvenientes o molestias que el viajero ha de soportar, aquí podemos encontrar las deficiencias de escasa importancia si se las compara con la prestación en su conjunto como por ejemplo la falta de jabón en los aseos públicos situados fuera de la habitación del hotel o la falta de caja de seguridad en un hotel de clase media.

Tampoco se pueden considerar vicios del viaje las molestias que el viajero padece sólo por su especial sensibilidad o susceptibilidad como por ejemplo dolores de espalda porque los recorridos en un safari-tour son irregulares y accidentados. Ni las incomodidades inherentes al turismo de masas y a lo que es habitual en el país o en la zona en que el viaje se desarrolla, así el viajero que ha preferido un concreto destino turístico a otro en el que

organizador tome las medidas adecuadas, esto es adecue el servicio no prestado o deficientemente prestado a lo previsto en el contrato", *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp.190-192.

³¹¹ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 284.

podría haber encontrado lo que es usual en su país ha de soportar las peculiaridades del lugar elegido, por ejemplo los hábitos gastronómicos o el nivel general de ruido.

Pero habrá que comprobar si el organizador o el detallista han cumplido sus obligaciones de información ya que aunque se trate de circunstancias que ellos no pueden controlar éstas pueden influir en la voluntad negocial del cliente por lo que habrán de informarle al respecto cuando éste no tenga por qué conocerlas. Más aun cuando las condiciones del lugar de destino son tales que incluso pueden poner en peligro la ejecución del viaje conforme a lo planeado, en estos casos el organizador debe ponerlo en conocimiento del consumidor.³¹³

En ningún caso se pueden considerar vicios del viaje los fenómenos de la naturaleza y de las características del medio ambiente en la zona a visitar que aunque pueden originar molestias para el viajero son expresión del “*riesgo general de vida*” que todos hemos de soportar, como por ejemplo las playas sucias o llenas de gente, mal tiempo, etc. Mientras estos fenómenos no impidan el cumplimiento del contrato conforme al programa prestacional previsto han de ser soportados por el viajero como riesgo exclusivamente suyo, a no ser que por su carácter imprevisible y por su gravedad quepa entender que su superveniencia determina la desaparición de la base del negocio.³¹⁴

Hasta ahora hemos hablado de las simples molestias que pueden surgir durante el viaje, pero la prestación ejecutada puede considerarse defectuosa cuando no se ajuste al programa prestacional acordado por las partes. Esto puede ocurrir cuando las prestaciones no reúnen las cualidades aseguradas por el organizador o el detallista, estas cualidades pueden resultar de los datos del

³¹² DÍEZ-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho...*, vol. II, ob. cit., p. 570.

³¹³ En este sentido se pronuncia la Audiencia Nacional en la Sentencia de 8 de febrero de 1983 por las anomalías ocurridas en la ejecución de un viaje que tenía que transcurrir por el sur de la India, Sri Lanka e Islas Maldivas, negó que mediase causa exoneratoria de responsabilidad ya que “*un viaje con un recorrido tan exótico y minucioso está sujeto a eventualidades y azares según las circunstancias sociales, económicas y culturales de los países a visitar. Pero éste es un dato conocido, de tal forma que para su operatividad sólo hay dos opciones: informar a los clientes de la aleatoriedad del plan previsto...*”.

³¹⁴ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob.cit., p. 289.

folleto o de pactos individuales entre las partes con los que se consideran las especiales peticiones del consumidor.³¹⁵ Hay que destacar el caso de las molestias ocasionadas por los demás ocupantes del mismo alojamiento sean o no miembros del mismo grupo de viaje, el prestatario del servicio tiene el derecho, pero también la obligación de mantener la paz en sus dependencias y de evitar que alguno de sus clientes molesten a los demás, sea con ruidos intempestivos o inutilizando o haciendo un uso incorrecto de las instalaciones comunes.³¹⁶

3.7.2.- El principio general del art. 11 de la LVC

La DVC pretendió establecer un sistema de responsabilidad contractual en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato de viaje combinado, que cargase bien sobre el organizador, bien sobre el detallista o sobre ambos las consecuencias perjudiciales de las variaciones en el programa inicialmente previsto.³¹⁷ Pero dejó libertad a los Estados miembros para decidir si tal responsabilidad va a recaer sobre los organizadores o sobre los detallistas, ya que dependiendo del país las relaciones contractuales con los turistas van a ligar a los organizadores y detallistas.³¹⁸

La opción de nuestro legislador no fue la responsabilidad solidaria de aquellos ya que el art. 11 LVC establece la responsabilidad de ambos en función de "*su ámbito respectivo de gestión del viaje combinado*", es decir una responsabilidad de carácter excluyente, pero no delimita de forma clara las

³¹⁵ También cuando la prestación tiene defectos que anulan o disminuyen su valor o idoneidad para lo que es su utilidad habitual; así por ejemplo en cuanto al transporte, los retrasos, la pérdida del equipaje o su deterioro; por lo que respecta al alojamiento, la humedad, la suciedad o la presencia de ciertos animales, el estado de abandono de las instalaciones, el mal estado de las comidas o las esperas exageradas para comer, etc.

³¹⁶ De no hacerlo así los clientes perjudicados podrán alegar frente al organizador la existencia de un defecto en virtud del art. 11 de la LVC.

³¹⁷ La DVC se inclina por instituir un sistema de responsabilidad objetiva basada en el riesgo empresarial, ver MUÑOZ MARTÍN, J. C., "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 88.

³¹⁸ Ver AURIOLES MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados..." ob. cit., p. 839.

obligaciones de los organizadores y detallistas en los preceptos que regulan esta materia.³¹⁹ Todo ello plantea una serie de cuestiones que hay que resolver para determinar que empresa responde ante el consumidor en caso de incumplimiento contractual, también habrá que dilucidar si el consumidor perjudicado por el incumplimiento del contrato de viaje combinado está obligado a conocer cuál es el ámbito de gestión de cada uno para dirigirse contra el organizador o detallista.³²⁰ Por ello para determinar el ámbito de responsabilidad habrá que establecer en primer lugar el contenido de la obligación de los sujetos responsables.

Partiendo del tema de la distribución de responsabilidad hay que tener en cuenta los siguientes datos; el organizador es la persona física o jurídica que profesionalmente realiza dos actividades: la organización o programación de viajes combinados y su venta, pudiendo realizar esta última actividad profesional ella misma o a través de un detallista según lo dispuesto en el art. 2.2 y 3 LVC. Por lo tanto será tarea del detallista transmitir correctamente las peticiones del consumidor al organizador, así como las informaciones del organizador a aquél, tramitar las reservas y procurar puntualmente la documentación precisa para el viaje.³²¹

De esta primera descripción podríamos deducir que la contraparte contractual del consumidor es siempre el organizador ya que cuando éste vende el viaje a través de una empresa detallista, la misma sería una mera intermediaria entre ambos; no obstante hay que tener en cuenta que el detallista puede aparecer frente al consumidor como su contraparte contractual. Por otro lado el art. 3 LVC que regula el programa y la oferta de viajes combinados impone la obligación de dar una información clara y precisa al consumidor por parte del detallista o en su caso del organizador, por lo tanto la vinculación por

³¹⁹ Para MARTÍN CASALS la imprecisión del concepto utilizado por el legislador a la hora de determinar la responsabilidad de organizadores y detallistas es similar a la existente en otros ámbitos del Derecho de daños español, "La responsabilidad civil...", ob. cit., p. 9419.

³²⁰ El art. 11 de la LVC debe interpretarse globalmente y en este sentido señala AURIOLES MARTÍN que el legislador español trata de establecer un único régimen de responsabilidad aplicable a todos los supuestos de incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato de viaje combinado, *Introducción...*, ob. cit., p. 155.

³²¹ Ver en este mismo sentido GÓMEZ CALLE E., *El contrato...*, ob. cit., p. 223.

la oferta es para el empresario que la haya realizado, sea el organizador o el detallista.³²² Por lo que se refiere a la forma y contenido del contrato el art. 4 establece que se trata de una obligación del detallista o en su caso del organizador, lo cual nos lleva al igual que en el caso anterior a entender que queda obligada la empresa que aparece en el contrato como contraparte del consumidor.

No obstante cuando el contrato se ha firmado y se producen modificaciones significativas de alguno de los elementos esenciales del viaje, la cancelación del mismo o la no confirmación de la reserva, existe diferencia con lo dicho anteriormente a la hora de determinar las obligaciones de las empresas. Ya que según la LVC será el organizador el que modifique el viaje o lo cancele pero el art. 9.2 LVC establece *que "el organizador y el detallista serán responsables..."*. Encontramos el primer caso de responsabilidad de ambos sujetos, no sabemos si solidaria o mancomunada, ante circunstancias que se han generado dentro del ámbito de gestión del organizador y que dan lugar a la obligación de indemnizar al consumidor.³²³ Por su parte el art. 10 LVC regula el incumplimiento de las obligaciones contractuales en la fase de ejecución del contrato, establece la responsabilidad de los organizadores y detallistas con una fórmula parecida a la anterior, ya que el organizador ha de adoptar las soluciones adecuadas para la continuación del viaje, ha de abonar al consumidor las diferencias entre las prestaciones contratadas y las realmente suministradas y queda obligado a facilitar al consumidor un medio de transporte para regresar al lugar de la salida del viaje o cualquier otro que ambos convengan y por último le impone el pago de la indemnización que

³²² Aunque no se hace referencia a la responsabilidad por el incumplimiento de esta obligación podemos entender que quien está obligado es la empresa que se relaciona con el consumidor, es decir que aparece frente a él como oferente; en este sentido MARTÍN CASALS destaca la dificultad para determinar la responsabilidad por los daños producidos por la falta de información o por información errónea, "La responsabilidad civil...", ob. cit., p. 9419.

³²³ Como señala DÍAZ MORENO no resulta de mucha utilidad el remitirnos a la DVC en lo que respecta al supuesto regulado en el art. 9.2 LVC, el art. 4.6 DVC manifiesta que la indemnización la pagará *"bien el organizador o bien el detallista según lo que determine la legislación del Estado miembro correspondiente"*, "La resolución del contrato...", ob. cit., p. 60.

proceda en estos casos.³²⁴ No obstante en caso de reclamación del consumidor serán tanto el detallista o en su caso el organizador quienes tengan que adoptar las soluciones adecuadas, aunque difícilmente durante el transcurso del viaje una agencia detallista que sólo se dedica profesionalmente a la venta de viajes confeccionados por el organizador, pueda tomar alguna medida efectiva para solucionar el problema del consumidor.³²⁵

Para la consecución del resultado comprometido el detallista y sobre todo el organizador que carezcan de medios propios para la ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje, han de contar con terceras personas estructuralmente independientes, a las que se encomienda la ejecución del servicio frente al consumidor: los prestadores de servicios. El organizador de un viaje combinado no se limita a mediar entre el cliente y un hotel o una compañía aérea, sino que con distintos elementos elabora un producto, el viaje, que como tal comercializa; así que para cumplir con su obligación frente al consumidor tiene que servirse no sólo de sus propios empleados directamente dependientes de él, sino de otras empresas autónomas que por su parte cuentan también con su propio personal. Por lo tanto es lógico que se considere como suya propia la actuación de todos ellos, pues todos ellos no son sino auxiliares para el cumplimiento, es decir sujetos de los que se sirve para extender su actividad económica y cumplir con lo que constituye su obligación.³²⁶

El instrumento técnico que se utiliza para que terceras personas intervengan en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de viaje combinado es el subcontrato,³²⁷ y la subcontratación que realiza la agencia organizadora del viaje supone la existencia de al menos dos contratos:

³²⁴ Ver en este mismo sentido GÓMEZ CALLE E., *El contrato...*, ob. cit., pp. 220-221.

³²⁵ GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 160.

³²⁶ Así en el caso de los cruceros turísticos el fletador se encarga de la distribución de los alojamientos entre los pasajeros y la gestión de toda las reservas, además estará obligado a facilitar al armador la lista de pasajeros, estas obligaciones suelen concretarse mediante la remisión por la agencia de la lista de camarotes que van a ocuparse, ver PULIDO BEGINES, J. L., "Régimen jurídico de los cruceros turísticos: disciplina, normativa y elementos personales" en *Separata del Anuario de Derecho Marítimo*, vol. XVII, pp. 115-118.

³²⁷ Calificación que mantiene DE LA HAZA DÍAZ, *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 214.

uno principal el de viaje combinado, que se realiza entre la agencia de viajes y el consumidor, y otro u otros que se realizan entre la agencia y las empresas que prestan directamente los concretos servicios, siendo éstos los instrumentos de los que se vale la agencia para cumplir las obligaciones que asumió en el contrato principal, aunque el prestador directo de los servicios continúa siendo un tercero ajeno al contrato de viaje combinado. Si bien hay que decir que el subcontrato supone la existencia de un contrato previo entre el organizador o detallista y el consumidor, lo que no sucede en el caso que nos ocupa ya que lógicamente los contratos entre las agencias de viajes y los prestatarios directos de los servicios preceden a las relaciones contractuales de éstas con los consumidores.

Así el consumidor a la hora de reclamar por un incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato le es igual que la prestación del servicio se debiera realizar por el organizador directamente o que hubiera contratado a terceras personas para su realización, ya que confía en que aquel con quien contrata responderá de la correcta ejecución del viaje.³²⁸ Por esta razón el organizador o detallista responderán por la actuación de los prestadores de servicios y esta responsabilidad será objetiva ya que la simple prueba por parte de la agencia de haber elegido y supervisado correctamente un hotel o empresa de transporte no basta a los efectos de exoneración de responsabilidad.³²⁹ Se suele calificar el criterio de imputación objetivo o que existe responsabilidad objetiva, cuando existe obligación de reparar con independencia de la actuación culposa o negligente del obligado, pero otra corriente doctrinal³³⁰ que defiende la responsabilidad subjetiva de organizadores y detallistas ya que éstos se encuentran obligados a responder por ser deudores que incumplen sus

³²⁸ Para URÍA IGLESIAS, L., la LVC hace responsables a organizadores y detallistas también en el caso de cumplimiento de las obligaciones contractuales por terceros; en "La responsabilidad de las agencias de viajes", *IURIS*, nº 41, 2000, p. 28.

³²⁹ Ver a este respecto AURIOLES MARTÍN, "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 845, QUINTANA CARLO I., "La adaptación...", ob. cit., pp. 54 y 55, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., pp. 219 y 220 y GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 179.

³³⁰ Ver en este sentido DE LA HAZA DÍAZ, *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 208-211.

obligaciones contractuales. Sin embargo el criterio de imputación no se basa en la culpa negligencia sino en la naturaleza de la obligación que asumen al contratar, que tienen la obligación de responder porque no alcanzan el resultado al que se habían comprometido, por ello incumple y responde cuando no lo alcanza, esto es no se obliga a actuar diligentemente.³³¹ Es decir está implícita en su naturaleza que el deudor asume los riesgos que determinan la falta de obtención del resultado previsto por la prestación para el acreedor.³³²

Por ello el art. 11 LVC establece la responsabilidad de organizadores o detallistas con independencia de que las prestaciones "las deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores de servicios, y sin perjuicio del derecho de los organizadores y detallistas a actuar contra dichos prestadores de servicios...".

Por otro lado el derecho del organizador a actuar contra el prestatario es algo perfectamente acorde con el Derecho de obligaciones, consecuencia lógica de la existencia de un contrato entre ambos, si el prestatario incumple lo convenido en ese contrato provocando daños al consumidor, tendrá que responder ante el organizador que previamente lo haya hecho ante el consumidor.³³³ Con ello se pretende restablecer el equilibrio patrimonial entre ambos, ya que siendo el prestatario el causante directo del daño es él quien debe cargar con el gravamen que representa la prestación resarcitoria. Si bien no se puede rechazar la posibilidad de que en sus relaciones internas los organizadores y a los prestatarios de los servicios excluyan o limiten la acción de regreso siempre que no sea en perjuicio de los derechos de los consumidores.³³⁴

³³¹ Existe abundante doctrina que entiende que no es lo mismo responsabilidad objetiva que responsabilidad sin culpa, ya que considera que el CC admite como regla general la responsabilidad subjetiva sin culpa; así SANTOS BRIZ, *La responsabilidad civil. Derecho sustantivo y Derecho procesal*, Madrid, 1993, p. 59; CARRASCO PERERA, "Comentarios a los arts. 1.101 CC ss." *Comentarios al Código Civil y Compilaciones forales*, dir. ALBALADEJO, t. XV, vol. 1º, Madrid, 1989, p. 382; DE ÁNGEL, *Tratado de responsabilidad civil*, Madrid, 1993, p. 54.

³³² Ver en este sentido Díez-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho...*, ob. cit., p. 586.

³³³ En esta línea GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 135.

³³⁴ Si como consecuencia de la responsabilidad solidaria es el prestatario responsable directo el que satisface al consumidor, no le corresponderá derecho de regreso frente a la agencia, GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual ...*, ob. cit., pp. 186-187.

Existe discrepancia a la hora de admitir el derecho de subrogación del organizador o detallista en la posición del acreedor, esto es del consumidor, una vez declarada la responsabilidad de aquellos por falta de ejecución o ejecución defectuosa de las prestaciones debidas por los prestatarios directos de los servicios, se puede considerar su existencia con base en el art. 1.210 CC que en su párrafo tercero considera un caso de subrogación legal aquél en el que pague el que tenga interés en el cumplimiento de la obligación.³³⁵

Se puede configurar la responsabilidad de organizadores y detallistas como una responsabilidad contractual indirecta o responsabilidad del deudor por la actividad de sus auxiliares,³³⁶ ya que existe una relación obligatoria específica y previa a la afirmación de la responsabilidad entre el deudor y principal (la agencia de viajes) y su acreedor (consumidor), respecto de la cual el auxiliar de aquel es un extraño o tercero; concurre además un segundo requisito: la introducción o utilización voluntaria por el deudor de su auxiliar en el cumplimiento.

Se plantea también la cuestión de decidir si la agencia de viajes responde no sólo por los hechos de los prestatarios de servicios sino también por los realizados por los auxiliares de éstos (empleados del hotel, conductores de la empresa transportista, etc.), que a su vez pueden considerarse "subauxiliares" de la agencia. La respuesta ha de ser positiva no sólo en virtud de la aplicación de las normas generales propias de la responsabilidad contractual por las personas que se utilizan en el cumplimiento de la obligación, sino también porque concreta en nuestro Derecho alguna aplicación concreta.³³⁷ Otro de los presupuestos indicados por la doctrina para que se produzca la responsabilidad contractual indirecta del deudor es que la

³³⁵ En este sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 188. En contra del recurso al mecanismo de la subrogación GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 135.

³³⁶ Ver en este sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 173-180.

³³⁷ El art. 1.784 del CC extiende la responsabilidad de los fondistas y mesoneros a "los daños hechos en los efectos de los viajeros, tanto por los criados o dependientes... como por los extraños...". Ver en este sentido JORDANO FRAGA, F., *La responsabilidad del deudor por los auxiliares que utiliza en el cumplimiento*, Madrid, Civitas, 1994, p. 335.

utilización del auxiliar introducido por éste se produzca en la actividad de cumplimiento de la obligación. Respecto del problema de si el auxiliar ha de actuar en la esfera de competencia de la agencia de viajes para comprometer la responsabilidad de ésta, no es imprescindible ya que a pesar de ir más allá de esa competencia no concurren las causas de exoneración de la responsabilidad que recoge la LVC en el art. 11.2, además la propia norma recoge el derecho de los organizadores y detallista a actuar contra dichos prestadores de servicios.

El art. 11.1 LVC considerando como parte del contrato tanto al detallista como al organizador, además de consagrar la responsabilidad de ambos por el correcto cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, dispone como se articulan frente al consumidor dichas responsabilidades.³³⁸ Por lo tanto detallista y organizador responderán frente al consumidor en función de sus respectivas obligaciones y la concurrencia a que alude la norma como determinante de solidaridad habrá de ser o bien de diversos organizadores o bien de diversos detallistas, respondiendo entonces el grupo de que se trate de forma solidaria,³³⁹ por ejemplo si un organizador de viajes extranjero encomienda su representación en España a un organizador nacional, que ofrece directamente al público los viajes combinados por aquél. Pero entre organizador y detallista no existe responsabilidad solidaria frente al consumidor debido a que las prestaciones de uno y otro son distintas, faltando entonces una de las notas que caracterizan la solidaridad: la unidad de objeto.³⁴⁰

Así vemos que la LVC descarta la responsabilidad solidaria entre

³³⁸ Así establece “La responsabilidad será solidaria cuando concurren conjuntamente en el contrato diferentes organizadores o detallistas, cualquiera que sea su clase y las relaciones que existan entre ellos”.

³³⁹ Comparten esta opinión GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob.cit., pp. 128 y 129. GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 224, URÍA IGLESIAS, L., “La responsabilidad...”; ob. cit., p. 28.

³⁴⁰ RUIZ MUÑOZ M., considera acertada la opción del legislador porque la diferente naturaleza jurídica de cada uno de los vínculos contractuales determina la inexistencia de la unidad de objeto además se encarecerían los servicios del detallista, en “Guía explicativa...”, ob. cit., p. 113, también comparte esta opinión ÁLVAREZ LATA, N., “Responsabilidad y exclusión de responsabilidad de los viajes combinados (Un análisis de la aplicación práctica del artículo 11 de la Ley de Viajes Combinados, de 6 de julio de 1999), *Aranzadi Civil*, 1998, vol. I, p. 168.

organizador y detallista a pesar de que beneficiaría al consumidor al ensanchar sus posibilidades de actuación permitiéndole exigir una satisfacción íntegra lo mismo del organizador que del detallista, normalmente más próximo al consumidor por cuanto que fue con él con quien directamente trató y concluyó el contrato.³⁴¹ Este objetivo de proteger al consumidor es el que preside el art. 27 LGDCU en el apartado 2 consagra la responsabilidad solidaria de las personas que hubieran concurrido a la producción de un daño, sin perjuicio de posteriores derechos de repetición, después de hacer responder en su apartado 1.a) tanto al fabricante como al vendedor o suministrador de productos o servicios a los consumidores o usuarios, *“por el origen, identidad e idoneidad de los mismos, de acuerdo con su naturaleza y finalidad y con las normas que los regulan”, “ con carácter general y sin perjuicio de lo que resulte más favorable al consumidor o usuario, en virtud de otras disposiciones o acuerdos convencionales”*.

Además si en contra de lo dispuesto en los arts. 3.1.i) y 4.1.i) la LVC no se indicara ni en el folleto informativo ni en el contrato quien es el organizador del viaje, si el detallista tampoco lo identifica después, parece claro que es él quien habrá de responder frente al consumidor de la correcta ejecución del viaje. Algo similar ocurre en la LRCP que declara responsables solidarios al fabricante y al importador del producto, mas no por regla general a quien lo suministra o facilita, cuya posición sólo se asimila a la de aquellos cuando o bien ha suministrado el producto a sabiendas de que era defectuoso, o bien el fabricante o el importador no pueden ser identificados, en las condiciones previstas en el art. 4.3 de la misma Ley.³⁴² La misma idea subyace en los arts. 1.717 CC y 246 Cc, el art. 1.717 CC relativo a la representación indirecta, tras establecer que del contrato celebrado por el mandatario en su propio nombre

³⁴¹ A favor de la solidaridad se pronunció QUINTANA CARLO I., ya que establecer la responsabilidad del detallista no siempre tiene que ser lo mejor, dado que por ser un detallista su solvencia económica es normalmente más limitada, en "La adaptación...", ob. cit., p. 56, también DE LA HAZA DÍAZ, *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 201 y TUR FÁUNDEZ, M. N., "El contrato de viaje combinado..." Ob. cit., pp. 227-229.

³⁴² La responsabilidad del empresario más fácilmente identificable por el consumidor es propugnada por GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., pp. 225 y 226 y DE LA HAZA DÍAZ, *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 203.

surgen obligaciones y acciones sólo entre él y el cocontratante, exceptúa “*el caso en que se trate de cosas propias del mandante*”, esto es que si se descubre la relación entre mandante y mandatario, el tercero también podrá accionar directamente contra el representado y no sólo contra el representante.³⁴³ El art. 246 Cc al regular el contrato de comisión mercantil, dispone la falta de acciones entre el comitente y el tercero, cuando el comisionista contrata en nombre propio.³⁴⁴

Quizás las ventajas que supondrían para el consumidor la responsabilidad solidaria de organizador y detallista dan lugar a un enorme sacrificio de éste último, ya que pese a haber cumplido correctamente todas sus obligaciones frente al consumidor, podría tener que responder en primer término por circunstancias de la organización del viaje que no le son imputables. Normalmente los detallistas son empresas de recursos más limitados que los organizadores y tener que hacer frente sistemáticamente a las demandas de los viajeros por defectos apreciados en los viajes puede suponerles una difícil situación financiera a pesar de que puedan ejercitar los derechos de repetición que correspondan.³⁴⁵

Por otro lado hay autores que propugnan la responsabilidad solidaria del organizador y detallista, así para DE LA HAZA DÍAZ³⁴⁶ si se interpreta literalmente el art. 11 LVC el detallista respondería frente al consumidor de poca cosa ya que no interviene en la organización del viaje no puede ser responsable del incumplimiento de las prestaciones que componen el mismo, sólo respondería de una mala información al consumidor lo que daría lugar a que el consumidor para pedir la indemnización de cualquier incumplimiento se dirigirá siempre contra el organizador; con independencia de que clase de

³⁴³ Ver a este respecto DÍEZ-PICAZO, L., y GULLÓN, A., *Sistema de Derecho Civil*, ob. cit. p. 610.

³⁴⁴ Este art. es invocado por la S de la AP de Barcelona de 14.7.1994 para definir el tipo de relación que existía en el caso resuelto entre una agencia mayorista y una minorista, también en la S de la AP de Álava de 2.3.1993 en la que la agencia minorista había contratado con el cliente en nombre propio, la Audiencia entendió que se trataba de un supuesto de representación indirecta.

³⁴⁵ En esta línea se sitúan GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 227, y AURIOLES MARTÍN, “La Directiva sobre viajes combinados...”, ob. cit., p. 850.

representación ostente la empresa detallista ya que el art. 11 LVC no distingue según las diferentes relaciones por las cuales el detallista venda el viaje.

Entre las razones que alega para defender la solidaridad de organizador y detallista destacar que la normativa anterior establecía la solidaridad frente al consumidor cuando intervenían varias agencias de viajes, así el art. 8 RD 1524/1973 y su Reglamento de 9 de agosto de 1974, por su parte la Orden de 1988 no hace referencia a la responsabilidad solidaria de las agencias de viajes pero ha de entenderse que durante su vigencia hubo de suponerse la solidaridad, por aplicación supletoria de las normas sobre responsabilidad de la LGDCU. Además la regla general sobre responsabilidad de los empresarios frente a consumidores y usuarios que contiene el art. 27 LGDCU³⁴⁷ establece la responsabilidad solidaria de los implicados en la causación del daño,³⁴⁸ así como la interpretación que la jurisprudencia ha realizado en orden a considerar responsables solidarios a los que intervengan como contraparte del consumidor cuando él no puede llegar a determinar qué daños concretos ha causado cada uno de ellos.³⁴⁹ En caso de responsabilidad de las agencias de viajes hay que valorar qué cualidad ha ostentado el detallista frente al consumidor, pues si aquél ostenta una representación indirecta del organizador y aparece frente al consumidor como única contraparte contractual, sea cuál sea su ámbito de gestión y la información que haya proporcionado al consumidor sobre la identificación o funciones del organizador, habrá de responder por todos los daños si el consumidor perjudicado por el incumplimiento se dirige a él, como

³⁴⁶ En *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 201-208.

³⁴⁷ Según el art. 27 LGDCU "Si en la producción de los daños concurren varias personas, responderán solidariamente ante los perjudicados. El que pague al perjudicado tendrá derecho a repetir de los otros responsables, según su participación en la causación del daño".

³⁴⁸ BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al art. 27", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 701-712.

³⁴⁹ En este sentido la Sentencia del AP de Asturias de 21 de junio de 1999 extiende la responsabilidad a ambos profesionales, ver el comentario realizado por CONTRERAS DE LA ROSA, I., "Responsabilidad de agencias organizadoras y detallistas de viajes combinados. (art. 11.1 Ley 21/1995, de 6 de julio; SAP Asturias, de 21 de junio de 1999)", en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 203-209.

único sujeto deudor del contrato.³⁵⁰ También la LVC establece la responsabilidad de la agencia frente al consumidor por la cancelación del viaje o por la modificación sustancial del contrato sujeta al pago de la indemnización tanto al organizador que los ha causado como al detallista, art. 9.2 LVC, sin excluir de esta responsabilidad el caso de que haya actuado como representante directo del organizador.

Además para reforzar esta posición se basa en el hecho de que el art. 11.1 LVC establece la responsabilidad solidaria cuando concurren varios organizadores o detallistas.³⁵¹ Pero si la LVC propugnara la responsabilidad solidaria de organizador y detallista no establecería como excepción a la regla general, en su art. 11.1 la responsabilidad solidaria para el caso de que intervengan varios organizadores o detallistas, que responderán según su ámbito de gestión. Por lo tanto la responsabilidad solidaria la contempla esta normativa para el caso de que intervengan varios organizadores o detallistas, como ya hemos visto, y en función del ámbito de gestión del viaje que tenga cada uno de ellos.

Esta clara formulación del sujeto responsable sigue lo dispuesto en la Directiva 90/315, que establece que el responsable es siempre la agencia de viajes con independencia de que el responsable del defecto o del incumplimiento parcial sea el prestador directo del servicio; éste fue un precepto controvertido porque se debatían dos planteamientos: o la responsabilidad objetiva del Derecho alemán, o la basada en la culpa del Derecho inglés, se opta por una vía intermedia ya que se acoge la responsabilidad objetiva, es decir la agencia responde incluso en el caso de que el defecto sea imputable al prestador directo del servicio pero se establecen determinadas circunstancias que la eximen de tal responsabilidad.³⁵² Esta determinación del sujeto responsable evita las discusiones doctrinales acerca de

³⁵⁰ Ver CÁRDENAS NEGRO, M. P. y GONZÁLEZ CABRERA, I., “Algunas consideraciones sobre la responsabilidad en el contrato de viaje combinado”, en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 187-188.

³⁵¹ DE LA HAZA DÍAZ P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 206.

³⁵² Ver en este sentido DE LEÓN ARCE, *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 314.

la naturaleza del contrato de viaje combinado, sobre si la obligación que tiene la agencia de viajes respecto al consumidor es una obligación de actividad o una obligación de resultado.³⁵³

Se plantea la cuestión acerca de si el consumidor puede demandar o tiene acción directa contra las empresas contratadas por la agencia por el incumplimiento del contrato o por los daños que por dicho incumplimiento se le hubieren causado. Entre los argumentos a favor de la responsabilidad solidaria, tanto de las agencias de viajes como de las empresas implicadas en el cumplimiento de la obligación, encontramos en el CC la acción directa que posee el arrendador frente al subarrendatario con el cual no ha concertado contrato alguno, arts. 1.551 y 1.552 CC.³⁵⁴

Sin embargo la LVC no prevé ningún supuesto en que los organizadores queden exonerados de responsabilidad por el incumplimiento de las empresas de servicios con las que hayan contratado, ya que el art. 11.2 b) LVC que exime de la obligación de responder a las agencias por los defectos "*imputables a terceros*", expresamente precisa que para su consideración como "*tercero*" el agente que cause el daño al consumidor ha de ser "*ajeno al suministro de las prestaciones previstas en el contrato*", lo que excluye a las empresas que previo contrato con la agencia organizadora del viaje, suministra de forma directa el servicio a los consumidores; además, según el art. 11.4 LVC, la norma sobre la determinación de los sujetos responsables es de carácter imperativo por lo que no se podrán establecer excepciones a la misma en las condiciones del contrato de viaje combinado.³⁵⁵ Esta fórmula se aleja de la prevista en el art. 27 LGDCU para los contratos de consumo y se acerca a la

³⁵³ Si bien la doctrina y la jurisprudencia aun antes de la publicación de la Directiva de 1990 ya tenían claro que la agencia debía responder del resultado del viaje porque era la única contraparte del consumidor, acerca de este debate doctrinal ver AURIOLES MARTÍN, "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 845.

³⁵⁴ Además el art. 27 LGDCU impone la responsabilidad solidaria de todos lo implicados en el contrato de consumo, con independencia de cuál sea el empresario que se ha relacionado directamente con el consumidor y con independencia de cuáles sean las relaciones entre los distintos implicados en el proceso productivo u organizador y de comercialización o venta del producto o servicio, ver BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo...", ob. cit., pp. 689-698

³⁵⁵ Una cláusula de este tipo será nula también por aplicación del art. 10 LGDCU.

determinación de los sujetos responsables que se recoge.³⁵⁶

También sería razonable pensar que cuando una empresa turística causa daño al consumidor y no responde frente a él contractualmente habrá de responder extracontractualmente, por lo que se plantea la duda de si pueden concurrir la acción de responsabilidad contractual contra la agencia y la acción por responsabilidad extracontractual en contra de las empresas de servicios que ha causado el hecho dañoso.³⁵⁷ Si bien se mantiene por parte de la doctrina y la jurisprudencia que las normas sobre responsabilidad contractual y extracontractual son excluyentes, pero además para que existiera la concurrencia de responsabilidades sería necesario que la doble infracción, contractual y extracontractual, la haya cometido la misma persona y además que el hecho dañoso fuera provocado directa o indirectamente por el incumplimiento contractual, pero al consumidor no le une ninguna relación obligatoria con la empresa de servicios. Por el contrario, el consumidor sí podrá dirigirse directamente contra las empresas de servicios para el resarcimiento de daños extracontractuales, cuando ésta ha causado daño al consumidor por infringir el deber general de no lesionar intereses ajenos, cuando el daño quede fuera del ámbito del contrato y se hubiera producido aunque éste no hubiera existido.

3.7.2.I.- Causas de exoneración de la responsabilidad

Afirmado el principio general de responsabilidad de los organizadores y detallistas tanto por sus actividades propias, como por las de los prestadores de servicios queda por especificar en qué casos o bajo qué circunstancias dejan de

³⁵⁶ Como ya vimos, en el art. 4 de la Ley 22/1994 de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos, según el cual el responsable por tales daños es el fabricante de los mismos, o el que aparezca como tal, y el importador o persona que haya introducido el producto en la Unión Europea y sólo en caso de que éstos no puedan ser identificados será responsable el suministrador del producto.

³⁵⁷ Ver en este sentido DE LA HAZA DÍAZ P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 219-222.

estar aquellos obligados a resarcir los daños y perjuicios sufridos por sus clientes. Las causas de exoneración vienen relacionadas en el párrafo segundo del art. 11.2 LVC y son las únicas admisibles según la prohibición expresa recogida en el art. 11.4 LVC, de cualquier excepción contractual a lo dispuesto en los apartados 1 y 2 del propio artículo.³⁵⁸ En la normativa anterior la agencia sólo se eximía de su obligación de reparar los daños causados por el mal cumplimiento o el incumplimiento de sus obligaciones en los casos de fuerza mayor o causa suficiente, entendiéndose que ésta existía cuando la falta de prestación de servicios se debía a causas que no le eran imputables o cuando se anulase el viaje por no alcanzarse el número suficiente de viajeros.³⁵⁹

En la LVC la responsabilidad de organizadores y detallistas por los daños sufridos por el consumidor a consecuencia del incumplimiento “cesará cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- a) *Que los efectos observados en la ejecución del contrato sean imputables al consumidor.*
- b) *Que dichos efectos sean imputables a un tercero ajeno al suministro de las prestaciones previstas en el contrato y revistan un carácter imprevisible e insuperable.*
- c) *Que los defectos aludidos se deban a motivos de fuerza mayor, entendiendo por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida.*
- d) *Que los defectos se deban a un acontecimiento que el detallista o, en su caso, el organizador, a pesar de haber puesto toda la diligencia necesaria, no podía prever ni superar.”*

Por lo tanto el organizador y detallista sólo quedará exonerado de responsabilidad si acredita una de las causas relacionadas, con lo cual quedará

³⁵⁸ También opinan así GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob.cit., p. 130 y GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 229.

³⁵⁹ Puede verse AURIOLES MARTÍN, "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 853, DE LEÓN ARCE, *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 305.

demostrada también su falta de culpa. Pero esto no significa que a la agencia de viajes le baste con probar que obró con la diligencia debida en la ejecución del contrato para quedar exonerado, sino que tendrá que demostrar precisamente la concurrencia de una de las circunstancias exoneratorias, o también que el defecto o incumplimiento no fue causado por una acción u omisión propias sino por el propio consumidor o por un hecho determinante del impedimento de la prestación, que él no tenía porque prever ni evitar teniendo en cuenta la diligencia que le fuera exigible.³⁶⁰ Así entienden algunos autores que el art. 11.2 LVC no consagra un sistema de responsabilidad por culpa,³⁶¹ ya que los organizadores y detallistas tienen la obligación de responder porque no alcanzan el resultado a que se habían comprometido y no porque se valore su conducta.

Si el defecto en la ejecución del contrato es imputable al consumidor, es decir al acreedor de las prestaciones incluidas en el viaje, es lógico que el deudor no tenga que responder de las consecuencias de ello.³⁶² La norma parece mostrarse muy rigurosa con la agencia de viajes ya que dicha exclusión se producirá sólo cuando las faltas causantes del daño sean imputables exclusivamente al propio perjudicado,³⁶³ así por ejemplo la no asistencia del consumidor a una determinada excursión porque no acude puntualmente a la convocatoria,³⁶⁴ la omisión de un comportamiento debido como puede ser el olvido de la documentación necesaria o la asunción de ciertos riesgos de los que había sido informado por la agencia; también la ocultación de ciertos datos

³⁶⁰ Ver a propósito del régimen de responsabilidad contractual del CC, DÍEZ-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho...*, ob. cit., vol. II, p. 575.

³⁶¹ A esta conclusión llegan GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob.cit., pp. 127-133, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 232 y DE LA HAZA DÍAZ P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 208-209.

³⁶² Aunque esto no se encuentra regulado de manera sistemática en el CC la doctrina se muestra conforme a admitir los efectos exoneratorios que produce la imputación del incumplimiento de una determinada obligación al acreedor, así lo señala DÍEZ-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho...*, ob. cit., vol. II, p. 598.

³⁶³ GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 233 y AURIOLES MARTÍN, "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 856.

³⁶⁴ Así la STJ de Madrid de 7 de junio de 1995 excluye la indemnización a un turista que no sigue las instrucciones dadas al grupo en una excursión prevista saliéndose del mismo y por ello resultando dañado.

al organizador o detallista que pueden influir en el curso del viaje. Ya que el hecho de contratar un viaje organizado requiere cierta colaboración del consumidor que ha de respetar las pautas indicadas por la organización para su correcto desarrollo y renunciar a deseos o preferencias personales.

Si lo que ha provocado el daño ha sido alguna circunstancia imputable a la agencia o a la empresa que presta sus servicios directamente, aunque éste se haya agravado por la actuación del turista, se producirá no una exoneración de responsabilidad sino una concurrencia de culpas de la agencia y el consumidor que provocará la disminución de la indemnización, proporcional a su intervención en el evento dañoso.³⁶⁵ En estos supuestos de concurrencia de culpa o de agravación del daño por la acción u omisión del perjudicado hay que tener en cuenta lo que dispone el art. 4.1 m) LVC sobre el derecho-deber que tiene el consumidor de reclamar o de dar a conocer tal incumplimiento, a fin de que el organizador o detallista adopten las medidas adecuadas para solucionar el mal incumplimiento de la misma y evitar en lo posible los daños, o al menos que éstos no se agraven.³⁶⁶

Si el consumidor acepta sin reservas una prestación defectuosa sabiendo que lo era o debiendo haberlo sabido, el organizador o detallista quedará exonerado de responsabilidad,³⁶⁷ por ello se puede entender que la comunicación del defecto es presupuesto de la pretensión indemnizatoria contra el organizador o el detallista, a menos que la falta de comunicación no le sea imputable al consumidor, por ejemplo porque tanto el organizador como el detallista están ilocalizables y tampoco puede hacerse entender con el prestador

³⁶⁵ AURIOLES MARTÍN, aboga por la aplicación del art. 1103 CC ya que esto mismo realiza la jurisprudencia en los casos de concurrencia de culpas para justificar la moderación de la indemnización a abonar por el deudor, en "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 856.

³⁶⁶ En relación con lo regulado en el art. 10.3 LVC.

³⁶⁷ En este sentido QUINTANA CARLO I. indica que el incumplimiento de este deber por el consumidor puede afectar a la extensión del resarcimiento por parte del organizador o detallista, en "La adaptación...", ob. cit., p.57. Sin embargo hay autores que parecen por la exoneración completa de la agencia de viajes en estos casos así DE LA HAZA DÍAZ P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 247, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 235 y DE LEÓN ARCE, *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 325.

del servicio.³⁶⁸

La circunstancia segunda prevista en el art. 11.2 LVC exonera de la responsabilidad por daños al organizador y detallista, cuando el defecto en la ejecución del contrato sea imputable a un tercero, y además sea imprevisible e insuperable. Para que nos encontremos en éste caso es necesario que el daño se haya producido como consecuencia de la actuación u omisión de un tercero desconectado de la ejecución de las prestaciones contractuales, es decir de las prestaciones incluidas en el viaje (hotel, compañía de transportes, restaurantes, guías, etc.). Tampoco se puede considerar como tercero desconectado de la ejecución de la prestación a los auxiliares que utilice los prestadores de servicios para la ejecución de los mismos, así por ejemplo sería un tercero el ladrón ajeno al personal del hotel que sustrae el equipaje depositado por el viajero en su habitación.³⁶⁹

Además, como hemos visto, la norma exige ajeneidad o desconexión con el cumplimiento de la obligación por parte del tercero siendo éstas las notas características del caso fortuito. Si en el momento de contratar el defecto era previsible para la agencia tendrá que responder, por muy insuperable que fuese pues podría haberlo evitado no contratando o haciéndolo en términos distintos, por ejemplo sustituyendo un hotel por otro. El daño que se causa está en el ámbito de responsabilidad del deudor, en aplicación del art. 1107.1º CC, según el cual todo deudor responde de los daños previstos o previsibles.

Sin embargo si el defecto deviene previsible después de iniciado el viaje, organizador o detallista no tendrán que responder ex art. 11.2 LVC

³⁶⁸ Esto parece defendible con independencia de que se hubiera hecho o no constar en el contrato la carga del consumidor de comunicar cualquier incumplimiento, ya que resultaría extraño que no haga reclamación alguna y que a la vuelta del viaje exija indemnización por el defecto.

³⁶⁹ Por lo que hay que hacer referencia al art. 1.784 del CC que hace responder al hotelero de los daños hechos por extraños en los efectos de los viajeros, sin embargo esta norma no sería aplicable ya que no existe contrato de alojamiento entre el hotelero y el consumidor, por otro lado no existiría responsabilidad del organizador o detallista si el daño es previsible, como ocurriría en el caso de que el hotelero previniese al consumidor mediante avisos colocados en lugares visibles, de fácil lectura y en varios idiomas sobre la existencia de cajas de seguridad, ver CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R., *El contrato turístico...*, ob. cit., pp. 79-81.

cuando el defecto sea insuperable. Si bien cuando la causa determinante del defecto, como es la actuación del tercero, no es inevitable pero sí se pueden paliar las consecuencias de ello, no se puede considerar que tenga efectos exoneratorios en este caso. Por último si el defecto deviene previsible antes de la salida, el organizador o detallista estarán obligados a informar al consumidor para que opte entre aceptar la modificación del contrato o resolverlo con los correspondientes derechos que establece el art. 9 LVC.³⁷⁰

En todo caso en los supuestos en que los daños ocasionados por el tercero resulten ser causa de exoneración de la responsabilidad de la agencia deudora, el turista lesionado podrá utilizar la acción de responsabilidad extracontractual art. 1.902 CC frente al causante directo del daño.³⁷¹

También quedan libres de responsabilidad organizador o detallista cuando el cumplimiento defectuoso o el incumplimiento se deban a motivos de fuerza mayor, la LVC los define como "*circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse*".

Por último tampoco responden organizador y detallista si los defectos en la ejecución del contrato se deben a acontecimientos que uno u otro no podían prever ni superar pese a emplear toda la diligencia necesaria. La diligencia necesaria a estos efectos es la que resulta del art. 1.104 CC, esto es la que exija la naturaleza de la obligación y corresponda a las circunstancias de las personas, el tiempo y el lugar.

Parece que con esta descripción se acepta una opinión doctrinal que diferencia el caso fortuito de la fuerza mayor, el primero estaría comprendido en este último apartado.³⁷² En ambos casos ha de tratarse de sucesos

³⁷⁰ El art. 9.2 LVC excluye la indemnización en los supuestos de fuerza mayor a la que se pueden reconducir los supuestos comprendidos en el art. 11.2 b) LVC.

³⁷¹ Así mismo opinan GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 240, AURIOLES MARTÍN, "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 856 y GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 200.

³⁷² Para GÓMEZ CALLE, E., la letra c) del art. 11.2 LVC aludiría a la fuerza mayor mientras que el apartado d) no exigiendo que se trate de un suceso "ajeno a quien lo invoca" esta aceptando la diferenciación que existe entre estas dos figura jurídicas, en *El contrato...*, ob. cit., p. 240.

imprevisibles para el detallista u organizador, pero lo que se refiere a la inevitabilidad en el caso de fuerza mayor sólo se predica de las circunstancias constitutivas del mismo, sin embargo en el caso fortuito se predica tanto del acontecimiento como de sus consecuencias. Además para que exista fuerza mayor el suceso ha de ser ajeno a quien lo invoca lo que no se exige en el apartado d) del art. 11.2 LVC, por lo tanto el organizador o detallista puede quedar exonerado de responsabilidad a pesar de que el suceso quede dentro del círculo de su actividad u obligación con tal de que sea imprevisible o inevitable, por ser ajenos al riesgo propio y típico de la actividad empresarial de una agencia de viajes.³⁷³

Para la mayor parte de la doctrina se consideraría como supuestos de fuerza mayor las catástrofes naturales, los terremotos, huracanes, declaraciones repentinas de guerra, insurrecciones civiles, actos terroristas, epidemias u otros hechos similares. Por otro lado las huelgas de los propios trabajadores de la agencia o de las empresas de los prestatarios de servicios (personal de hotel, pilotos del avión, etc.) no nos encontramos ante circunstancias exoneratorias, sin embargo las huelgas de colectivos ajenos a ambos tipos de empresarios (como las de controladores aéreos, o el personal de un museo o los funcionarios de las aduanas) se suele considerar como un caso de fuerza mayor.³⁷⁴

Para finalizar el último apartado del art. 11.2 LVC dispone que a pesar de que concurran alguna de las causas de exoneración previstas en los apartados b) a d) de este mismo artículo, organizador y detallista están obligados a asistir al consumidor que se halle en dificultades, excepto en el caso de que el incumplimiento se deba a la acción u omisión del propio consumidor. Esa asistencia se encuentra implícita en este tipo de contrato ya que el consumidor elige un viaje organizado no sólo porque puede

³⁷³ Para otro sector doctrinal estas dos causas de exoneración se pueden refundir en una sola causa. Ver GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 201 y DE LA HAZA DÍAZ P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., p. 251.

³⁷⁴ Sin embargo para GÓMEZ CALLE las huelgas tanto del propio personal como de los auxiliares, siempre que fueran imprevisibles e inevitables, serán causas exoneratorias, *El contrato...*, ob. cit., p. 241.

desentenderse de su planificación, sino porque de ese modo se siente más seguro ya que contará con la asistencia de un profesional durante el viaje.³⁷⁵ La norma pone a cargo del deudor de una obligación principal otra obligación que podemos llamar accesoria de la anterior, ambas se encuentran en estrecha relación con la obligación del detallista y el organizador de “*obrar con diligencia para hallar las soluciones adecuadas*” que se encuentra en el art. 10 LVC, que regula las consecuencias de la no prestación de los servicios previstos en el contrato.³⁷⁶

Además que se exima de responsabilidad a la agencia por caso fortuito o fuerza mayor en una de las prestaciones del contrato no la excusa de seguir cumpliendo con las restantes prestaciones del viaje, ya que sólo se podrá suspender el viaje a causa del incumplimiento no imputable a la agencia en los casos en que dicho incumplimiento genera la imposibilidad de seguir realizando el viaje. Si el viaje no continúa prestándose y el riesgo se imputa a la agencia, ésta ha de devolver al consumidor el valor de la parte del viaje no cumplida y si por el contrario es el consumidor el que ha de soportar el riesgo no tendrá derecho a percibir nada de la agencia pero ésta tendrá la obligación de atender al usuario que se halle en dificultades, se trata de una obligación *ex lege*.³⁷⁷

A diferencia de lo regulado en el art. 10 LVC aquí no se obliga a resolver el problema sino a realizar una determinada actividad que ayude a solucionarlo, esto es se trataría de una obligación de medios o de actividad, no de una obligación de resultado. Pero el problema que se plantea es el de determinar a quien corresponde cargar con los gastos que se originan como consecuencia de prestar el deber de asistencia cuando ha cesado la responsabilidad de organizador y detallista en el cumplimiento de la obligación

³⁷⁵ ÁLVAREZ LATA, N., “Responsabilidad...”, ob. cit., p. 173.

³⁷⁶ Si bien la terminología utilizada por la norma resulta no resulta muy clara ya que no se establece cuando se puede entender que el consumidor se encuentra en dificultades.

³⁷⁷ Si bien se cuestiona URÍA como se puede obligar al detallista a prestar asistencia al consumidor cuando la norma ha exonerado de responsabilidad a los organizadores y detallistas, lo correcto hubiera sido situar esa obligación fuera de las excepciones de responsabilidad ya que se trata de una cobertura fruto de la filosofía de protección al consumidor o usuario, en “La responsabilidad...”, ob. cit., p. 31.

principal por concurrir una obligación exoneratoria, con lo que no parece de recibo que ese deudor exonerado de lo principal haya de cargar con las consecuencias del incumplimiento de una obligación accesoria. Se puede aplicar a estas situaciones las normas relativas a la gestión de negocios ajenos art. 1.893 CC, conforme al cual el turista asistido estaría obligado a indemnizar al gestor (en este caso su contraparte en el contrato) de los gastos necesarios y útiles que hubiese hecho y de los perjuicios que hubiere sufrido en el desempeño de su cargo.³⁷⁸

3.7.2.II.- Daños indemnizables

En los supuestos en que el incumplimiento de las obligaciones nacidas del contrato de viaje combinado sea imputable al organizador o al detallista, éstos quedan sometidos a la obligación de indemnizar al consumidor los daños causados que sean consecuencia de dicho incumplimiento o cumplimiento defectuoso, por lo que se prohíben las cláusulas contractuales que excepcionen esta responsabilidad, esto se suele tipificar como normas irrenunciables. Si bien la LVC no establece de manera directa esta obligación, ni tampoco alude al tipo de daños indemnizables ni a la extensión de los daños resarcibles; por lo que habrá que acudir a las reglas generales del CC sobre responsabilidad contractual. En todo caso el resarcimiento de los daños tendrá como límite las previsiones al respecto de los convenios internacionales.³⁷⁹

La indemnización habrá de comprender tanto el daño emergente como el lucro cesante según lo establecido en el art. 1.106 CC. La mayoría de las hipótesis serán de daño emergente, como tales hay que considerar los gastos

³⁷⁸ Así lo propone GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 214-215.

³⁷⁹ Sin embargo el art. 11.3 LVC no cita los Convenios internacionales a los que en particular se está refiriendo, pero la doctrina entiende que será aplicables todos aquellos Convenios que se refieran a prestaciones susceptibles de incorporarse a un viaje combinado y contemplen limitaciones al *quantum* indemnizatorio que tenga que satisfacerse, ver GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 210, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 237, DE LA HAZA DÍAZ, P., *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 165.

hechos por el consumidor con vistas al viaje o a una determinada prestación incluida en el mismo que luego resultan inútiles como consecuencia del incumplimiento o el cumplimiento defectuoso (por ejemplo los gastos de alquiler de un coche o de una casa que luego no se puede utilizar); también los desembolsos extras que el consumidor tenga que hacer para subsanar el defecto constituyen daño emergente (como puede ser pagar el transporte para regresar al punto de partida por cuenta propia cuando el transporte incluido en el viaje fracasa o para comprar lo necesario en caso de pérdida del equipaje por la compañía encargada del transporte), además si el retraso del regreso respecto del calendario previsto impide al viajero reincorporarse puntualmente a su trabajo tras el periodo vacacional, perdiendo por ello una parte de su salario, parece que esto constituye asimismo un daño patrimonial resarcible.³⁸⁰

Pero se plantea la cuestión sobre si el incumplimiento del contrato de viaje combinado dará lugar a un daño indemnizable como lucro cesante. Esto es debido a que la concepción del turista como consumidor de un servicio, que es el viaje combinado, sus defectos no pueden suponer para él la pérdida de una ganancia.³⁸¹ No obstante, como ya dijimos se pueden considerar viajes combinados tanto los viajes de placer o vacaciones, como viajes de estudios, negocios, etc., cuya incorrecta ejecución puede producir al viajero lucros cesantes.³⁸²

Aunque los daños del incumplimiento o el cumplimiento defectuoso del contrato de viaje serán habitualmente patrimoniales, así como también serán indemnizables por la agencia los daños corporales.³⁸³ Pero hay que hacer

³⁸⁰ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 243.

³⁸¹ Esta idea la da BERCOVITZ R. al comentar el art. 25 LGDCU, que reconoce el derecho del consumidor a ser indemnizado por todos los daños que el consumo de bienes o la utilización de servicios le produzca, y tras observar que esta norma cubre todos los daños y perjuicios, destaca que *“sólo queda excluido en principio el lucro cesante, es decir, el lucro que podía haber producido directamente el bien o el servicio prestado sin vicio o defecto alguno, puesto que la víctima o perjudicado, al ser un consumidor o usuario, ha destinado por definición dicho bien o servicio al consumo y no a la producción (aunque fuese susceptible de ello)”*, “Comentario del art. 25 LGDCU”, en *Comentarios...*, ob. cit., p. 685.

³⁸² GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 216.

³⁸³ Así lo admite la jurisprudencia entre otras en la Sentencia de la AP Madrid de 4 de enero de 1994 y la Sentencia del TS de 26 de mayo de 1995.

referencia a los daños morales que puedan derivarse de los daños corporales sufridos por el viajero a resultas del cumplimiento defectuoso de alguna de las prestaciones incluidas en el viaje, merece especial mención el daño moral derivado de la frustración o pérdida de las vacaciones cuando el viaje resulta malogrado total o parcialmente. En la mayor parte de los viajes combinados el objetivo es el placer, el descanso y la distracción, esto mueve al consumidor a la conclusión del contrato y por lo tanto el comportamiento del deudor debe garantizar la satisfacción de ese interés del turista.³⁸⁴ Estos intereses no se ven satisfechos cuando por ejemplo el turista se ve privado de un intérprete con el que contaba en un país cuyo idioma le resultaba desconocido, o bien cuando se ve obligado a pernoctar en un hotel de categoría inferior al que había contratado.

Sin embargo las dificultades técnicas y dogmáticas que ocasiona el resarcimiento de los daños ocasionados por esa frustración, ha motivado que esos daños morales no fueran fácilmente indemnizables ya que para este tipo de daños no se cuenta con unos puntos de referencia tan tangibles como cuando se habla de daños patrimoniales. El reconocimiento y la indemnización de este tipo de daños por la jurisprudencia se ha desarrollado por la jurisprudencia sobre todo en el ámbito de la responsabilidad extracontractual pero también se encuentran sentencias en las que se produce el reconocimiento expreso al daño moral contractual.³⁸⁵ En la sentencia de las Audiencias el caso más evidente de reconocimiento de daño moral por incumplimiento de un contrato de viaje combinado es el de la AP de Badajoz de 6 de septiembre de 1995,³⁸⁶ en un supuesto en el que en un viaje organizado a China los turistas se vieron

³⁸⁴ La decepción producida por la no ejecución del viaje conforme a lo previsto se ha venido a denominar por la jurisprudencia el "solaz vacacional", que no es un bien jurídico elevado a la categoría de derecho sino una consecuencia negativa derivada del incumplimiento del contrato de viaje, que impide disfrutar del viaje en la manera prevista, esta pérdida de solaz será indemnizable como daño no patrimonial, ver MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato...*, ob. cit., pp. 226-228.

³⁸⁵ Entre otras la Sentencia TS de 9 de mayo de 1984, la Sentencia TS de 16 de diciembre de 1986 y la Sentencia de 3 de junio de 1991.

³⁸⁶ La sentencia ha sido comentada por MARTÍNEZ ESPÍN P., "Daño moral por incumplimiento...", ob. cit., pp. 411-424.

privados del estipulado guía acompañante de habla hispana durante todo el recorrido, así como de otros servicios e informaciones, lo que les causó inconvenientes sobrevenidos y pérdidas de disfrute que el tribunal considera plenamente indemnizables. También el las sentencias de la AP de Barcelona de 13 de mayo de 1991, de la AP de Valencia de 17 de junio de 1993 y de la AP de Lleida de 12 de marzo de 1998. Por b que se puede admitir la resarcibilidad del daño provocado por las vacaciones malgastadas además el art. 11 LVC no supone ningún obstáculo ya que reconoce la responsabilidad de organizadores y detallistas por todo tipo de daños.

Lo más complejo será acreditar esos daños inmateriales y su nexo causal con el incumplimiento o cumplimiento defectuoso, en mucho casos puede bastar con la prueba del incumplimiento y sus circunstancias para que de ahí puedan deducirse razonablemente determinados daños morales.³⁸⁷ Pero además no deben ser indemnizadas todas las expectativas que se frustran, en principio la falta ha de ser de cierta entidad, es decir, que el incumplimiento sea total o un cumplimiento gravemente defectuoso. Por lo tanto en los casos en los que no exista incumplimiento contractual por darse identidad total entre lo contratado y las prestaciones suministradas, no podrá reclamarse daño moral alguno por vacaciones frustradas, aunque el turista entiende que el viaje no ha cubierto sus expectativas de disfrute por razones subjetivas.³⁸⁸ En cuanto a la valoración de este tipo de daños señala el TS en su sentencia de 21 de octubre de 1996 que tratándose de daños morales “*cuya valoración no puede obtenerse de una prueba objetiva,... su cuantificación puede ser establecida por los Tribunales de Justicia teniendo en cuenta las circunstancias concurrentes*”.³⁸⁹

La siguiente cuestión que se plantea es la determinación de la extensión del daño resarcible y si cabe aplicar el límite que resulta del art. 1.107 CC, en

³⁸⁷ Ver en este sentido GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 250.

³⁸⁸ Esta opinión es compartida por MARTÍNEZ ESPÍN P., “Daño moral...”, ob. cit., p. 423, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 250 y GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 231-232.

³⁸⁹ GARCÍA RUBIO, M. P., se muestra en contra de que se deje al libre criterio del juzgador de instancia la valoración del daño moral ya que esta decisión sólo puede ser impugnada en casación cuando concurre error material o jurídico en la apreciación de la prueba, en *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 232.

relación con el deudor de buena fe en el sentido de que sólo ha de responder de los daños previsibles al momento de contratar y que sean consecuencia necesaria de su falta de cumplimiento.³⁹⁰ Para LEÓN ARCE³⁹¹ esta limitación no resulta aceptable en el sector de los contratos con consumidores y por lo tanto tampoco en el contrato de viaje combinado, para ello se apoya en que tanto el art. 25 LVC como el art. 5 DVC “comprenden todo tipo de daños sufridos por el consumidor como consecuencia del consumo o uso de un bien o de un servicio, sin excepción alguna”. Sin embargo estas dos normas lo mismo que el art. 11.2 LVC consagran sin más la obligación de reparar los daños sufridos por el consumidor. Además el art. 11.2 LVC no establece ningún tipo de limitación para que se puedan aplicar las normas sobre el régimen general de la responsabilidad contractual. Por lo tanto admite ser integrado por el art. 1107 CC, así para determinar el daño resarcible en el caso de vacaciones malgastadas deberá concretarse si tal daño era previsible para la agencia, si la relación nacida del contrato de viaje le imponía ante la prestación comprometida, especiales deberes de diligencia o de protección tendentes a evitar aquel daño y si el mismo es o no consecuencia necesaria de la falta de cumplimiento.³⁹²

3.7.2.III.- Cláusulas más comunes de exclusión de la responsabilidad de las agencias de viajes

Desde la entrada en vigor de la LVC las condiciones generales de los contratos y los folletos informativos han ido evolucionando, adaptándose a las

³⁹⁰ La previsibilidad es un elemento esencial para determinar qué daños son imputables, para que se impute el daño a la agencia de viajes se requiere que éste sea consecuencia necesario del incumplimiento, es decir, que se demuestre que el daño no se hubiera producido igualmente si no se hubiera incumplido o cumplido defectuosamente la prestación, la situación es diferente en caso de incumplimiento doloso por el agente de viajes que responderá de todos los daños que conocidamente se deriven del incumplimiento, ver MARTÍN CASALS, M., "La responsabilidad civil...", ob. cit., pp. 9429-9430.

³⁹¹ En *Contratos de consumo...*, ob. cit., p. 331.

³⁹² A favor de esta postura se encuentra GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 252 y GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 232.

prescripciones legales que establecen la prohibición de las denominadas cláusulas de exoneración y limitación de responsabilidad (art. 11.4 LVC). Así por ejemplo han desaparecido cláusulas como la siguiente: *"La agencia declara explícitamente que obra únicamente como intermediaria entre los viajeros y las entidades o personas llamadas a facilitar los servicios que constan en los precios, o sea las empresas de transporte, hoteles, restaurantes, etc., y por consiguiente, excluye toda responsabilidad por deficiencias en cualquiera de los servicios prestados, así como cualquier daño, herida, accidente, retraso o irregularidades que puedan ocurrir durante la prestación de los servicios a las personas que efectúen el viaje por su mediación, así como el equipaje y demás objetos de su propiedad"*.³⁹³ La llamada "cláusula de mediación" ha desaparecido de la mayoría de los folletos si bien diremos que la misma contraviene el régimen previsto en el apartado primero del art. 11 de la LVC, por lo que ha de considerarse como nula tal y como establecía el apartado cuarto del mismo artículo.³⁹⁴ Con anterioridad a la entrada en vigor de la LVC la doctrina y la jurisprudencia se posicionaban en contra de la limitación de la responsabilidad del organizador al despliegue de la diligencia adecuada, por ello afirmaban que debía responder del resultado contratado sin remitir dicha responsabilidad a los que prestan el servicio directamente.³⁹⁵ Así mismo aparecen cláusulas delimitadoras de la responsabilidad entre organizador y detallista.³⁹⁶ Estas cláusulas deben ser consideradas válidas ya

³⁹³ Ver folletos Turavia USA y Canadá 2000, Turavia Túnez 2000, Viajes El Corte Inglés Turismo de Salud y Belleza 2000, Viajes El Corte Inglés Florida y Caribe 2000-2001, Viajes El Corte Inglés América 2000-2001, Iberojet otoño/invierno 98/99, Halcón Viajes 97/98, Julia Tours Mayo-Noviembre 1997, Rhodasol 98.

³⁹⁴ Esta cláusula debe considerarse ineficaz en virtud de lo establecido en la LVC, ver RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad contractual de las agencias de viajes: organizadores y detallistas", en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas...*, ob. cit., p. 77, GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 262.

³⁹⁵ Ver Sentencia AP de Segovia de 13 de diciembre de 1993.

³⁹⁶ Del tenor siguiente: *"La Agencia de Viajes Organizadora y la vendedora final del viaje combinado responderán en proporción a las obligaciones que les corresponda por su ámbito de gestión del viaje combinado, de la buena ejecución de las obligaciones derivadas del contrato con el consumidor, con independencia que las susodichas obligaciones deban ser ejecutadas por ellas y otros prestadores o proveedores de servicios, sin perjuicio del derecho de la Agencia Organizadora de emprender acciones contra los mismos, y siempre dentro de los límites establecidos en estas condiciones generales y en la legislación aplicable"*. Según catálogo Iberojet, Europa y Norte de África, 1998/1999, Rhodasol/Turimar, Playas, 1998.

que coinciden prácticamente con la literalidad del apartado primero del art. 11 de la LVC, aunque sería más beneficioso para el consumidor que hubiera concretado más el ámbito de gestión del viaje correspondiente a organizador y detallista.³⁹⁷

Los folletos informativos recogen dentro de las condiciones generales un apartado bajo el título “*Responsabilidad*” en el que se regulan las consecuencias de la falta de cumplimiento o el incumplimiento defectuoso de alguna de las prestaciones contenidas en el contrato. Pero en la transcripción de las causas exoneratorias de ésta responsabilidad, reguladas en el art. 11.2 LVC, se ha producido una alteración es la siguiente: “*Que concorra causa suficiente. Se considerará causa suficiente los supuestos en que las agencias, a pesar de actuar con la previsión y diligencia debidas, no puedan facilitar los servicios contratados por razones que no les sean imputables*”.³⁹⁸ Quizá con ello se pretenda dar juego a causas que unilateralmente sean consideradas por la agencia como suficientes para justificar la alteración y que no sean las específicamente contempladas en el art. 9.3 LVC.³⁹⁹ Sin embargo esta expresión deriva de la regulación anterior a la LVC, la Orden de 1988 cuyo art. 30.2 señalaba que “*Sólo se eximirá de esta obligación la fuerza mayor o la causa suficiente*”, además lo que se hace es darle una denominación al supuesto del apartado d) del art. 11.2 LVC.⁴⁰⁰

La mayoría de las condiciones generales incluyen dentro del supuesto de fuerza mayor algunos sucesos que proceden de la esfera interna o relativa a la propia organización del agente. Nos referimos a las cláusulas que prescriben

³⁹⁷ Ver MARTÍN CASALS, M., “Las condiciones generales del contrato de viaje combinado”, ob. cit., pp. 7-8.

³⁹⁸ Según folleto informativo del organizador Tiempo Libre S.A. de octubre 2000. Otros folletos incluyen entre dichas causas los supuestos de insuficiencia en el número de inscripciones, así Julia Tours mayo-noviembre 1997.

³⁹⁹ Ver ÁLVAREZ LATA, N., “Responsabilidad...”, ob. cit. p. 172. En cualquier caso se denota una tendencia a abandonar el uso de la cláusula de exoneración por “causa suficiente” y cada vez es más frecuente que los folletos se limiten a reproducir las causas de exoneración tal cual están previstas legalmente.

⁴⁰⁰ Para MARTÍN CASALS esta cláusula debe desaparecer de las condiciones generales de los folletos ya que la LVC no reconoce esta causa que ha sido extraída de la regulación anterior, en “Las condiciones generales...”, ob. cit., pp. 1418-1419.

que la agencia no se hace responsable de los gastos de alojamiento, manutención, transportes, etc., que se originen como consecuencia de las denominadas "causas técnicas",⁴⁰¹ es decir, los retrasos en las salidas o regresos por fallos mecánicos o de otro tipo. La inclusión de las causas técnicas dentro de los supuestos de fuerza mayor no es lo más acertado, si bien podría encuadrarse este supuesto dentro del apartado d) del art. 11 LVC que se refiere a aquel supuesto en que se produce un incumplimiento del contrato de viaje combinado debido a un acontecimiento que el organizador o en su caso el detallista, a pesar de haber puesto toda la diligencia necesaria, no pudieron prever ni superar.

Otra de las cláusulas que encontramos es aquella que excluye del objeto del contrato el equipaje del viajero, bajo el título Equipajes la mayoría de los folletos indican: *"A todos los efectos y en cuanto al transporte terrestre se refiere, se entenderá que el equipaje y demás enseres personales del usuario los conserva consigo,... y que se transporta por cuenta y riesgo del usuario, sin que la Agencia Organizadora venga obligada a responder de la pérdida, robo o daños que el mismo pudiera sufrir durante el viaje por cualquier causa, incluida la manipulación en traslados hotel / aeropuerto o viceversa, cuando existan. Se recomienda a los usuarios que estén presentes en todas las manipulaciones de carga y descarga de los equipajes. En cuanto al transporte aéreo, marítimo o fluvial del equipaje son de aplicación las condiciones de las compañías transportadoras, siendo el billete de pasaje el único contrato vinculante entre las citadas compañías y el pasajero. En el supuesto de sufrir algún daño o extravío se recomienda presentar, en el acto la oportuna reclamación a la Compañía de Transportes"*.⁴⁰²

Aunque la mayoría de las agencias ofrecen la posibilidad de contratar un seguro para el equipaje, esto no descarta que nos cuestionemos acerca de la vulneración de la buena fe contractual y de las legítimas expectativas del

⁴⁰¹ Así folleto informativo Rhodasol/Turimar Circuitos diciembre 2000.

⁴⁰² Folletos informativos de Pullmantur S.A., Turavia S.A., Rhodasol/Turimar, Viva Tours S.A. y Tiempo Libre S.A., de octubre de 2000.

turista. El cual verá como la Agencia se irresponsabiliza totalmente de la suerte que pueda correr su equipaje, siendo éste una de las cosas necesarias para quien se aloja fuera de casa. Si bien los casos de traslados por una compañía de transportes será ésta la responsable de los daños sufridos y el consumidor se verá amparado en sus demandas, los problemas surgirán en los traslados entre el hotel y el aeropuerto que se realizan por empresas de autobuses contratadas por el organizador en los cuales puede aparecer incluso la denominación de éste.⁴⁰³ Como ya hemos visto el art. 11 LVC imputa a la agencia la responsabilidad de los daños sufridos con independencia de que las obligaciones las debiera cumplir ella misma u otros prestadores de servicios. Pero habrá que examinar si el transporte de personas incluye la obligación de transporte y custodia del equipaje del viajero. En general la normativa que regula el transporte por carretera LOTT y el transporte aéreo LNA establecen la obligación del transportista del transporte y custodia del equipaje facturado.⁴⁰⁴ Por lo que según lo establecido en la D.A. II 9ª LGDCU la cláusula debe ser considerada nula por abusiva.

Sin embargo en el caso del equipaje de mano como es el viajero el que lo tiene bajo su vigilancia no responde el transportista en caso de robo, pérdida o avería. Por lo tanto en los traslados entre el aeropuerto y el hotel que el turista no puede facturar el equipaje se podría considerar como equipaje de mano, pero en este caso el viajero no puede hacerse cargo de él y custodiarlo, tampoco se le da la oportunidad de facturarlos y además el transportista conoce y tolera el transporte del equipaje. Por lo que aplicando el principio de la buena fe del art. 1.258 CC, los contratos obligan “*no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado sino también a todas las consecuencias que, según su naturaleza sean conformes a la buena fe, al uso y a la ley*”, la buena fe del turista determina que el transportista haya de responder de su equipaje aunque

⁴⁰³ Como señala BECH SERRAT esta cláusula únicamente tendrá sentido cuando el organizador se comprometa a ejecutar el transporte terrestre del consumidor, en los que éste forma parte del contenido típico del contrato de viaje combinado, en *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 498-500.

⁴⁰⁴ Ver HUALDE MANSO, M. T., *El transporte de viajeros por carretera*, Pamplona, 1995, p. 194 y JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G., *Derecho Mercantil*, Barcelona, 1999, p. 571.

no haya sido facturado.⁴⁰⁵ Podemos entender que si el equipaje no se separa del consumidor durante su transporte y dentro del contrato de transporte de viajeros lleva implícita la obligación de transporte y custodia del equipaje, no tiene porque excluirse esta obligación del contrato de viaje combinado en el que el organizador habrá de responder de la buena ejecución de ésta prestación.⁴⁰⁶ Por lo que en virtud de lo establecido en la D.A. V 21 LGDCU la cláusula sería nula por abusiva porque el transportista no puede trasladar al consumidor las consecuencias económicas de errores de gestión que no le sean imputables.⁴⁰⁷

Otra cláusula muy frecuente en los folletos informativos es aquella que limita la indemnización en el caso de daños no corporales, tiene la siguiente forma: *“Por lo que se refiere a los daños que no sean corporales, la indemnización nunca podrá ser superior al precio total del viaje inicialmente contratado”*. La validez de este tipo de cláusulas viene respaldada por el art. 11.4 LVC que no incluye el apartado tercero dentro de su ámbito de aplicación, el cual como ya hemos visto limita la indemnización a lo *“previsto en los Convenios internacionales reguladores de dichas prestaciones”*; además la DVC en su art. 5.2 señala: *“Por lo que se refiere a los daños que no sean corporales resulten del incumplimiento o mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado los Estados miembros podrán admitir que se limite el resarcimiento en virtud del contrato. Dicha limitación deberá ser razonable”*.⁴⁰⁸ La doctrina se muestra contradictoria respecto a ésta posibilidad

⁴⁰⁵ Además ÁLVAREZ LATA, N., entiende que si el transportista no dispone de un sistema de facturación no puede repercutir sobre el consumidor los problemas de su deficiente servicio tal y como señala el art. 10.1, c) 7º LGDCU, en “Responsabilidad...”, ob. cit., p. 174.

⁴⁰⁶ Tras el Clausulado 2000 algunos organizadores han modificado esta cláusulas como Condor Vacaciones S.A. limita la indemnización de la Agencia Organizadora por pérdida o deterioro del equipaje a la cantidad de 350 Euros, edición de enero de 2000., ver MARTÍN CASALS, M., “Las condiciones generales del contrato de viaje combinado”, ob. cit., pp. 25-26.

⁴⁰⁷ La jurisprudencia también ha llegado a esta conclusión así Sentencia AP de Córdoba de 22 de noviembre de 1990 y Sentencia de la AP de Oviedo de 27 de enero de 1993. Para MARTÍN CASALS esta cláusula no supone sólo una limitación de responsabilidad sino una exoneración del régimen de responsabilidad establecido en el art. 11 LVC, “Las condiciones generales...”, ob. cit., pp. 1419-1420.

⁴⁰⁸ En Alemania el límite de la razonabilidad se encuentra en el triple del precio del viaje combinado siempre que los daños hayan sido causados sin dolo ni culpa lata; la misma regulación establece el legislador holandés sin embargo introduce un límite para el caso de

de limitación del quantum indemnizatorio, ya que el art. 10.3 LGDCU admite las cláusulas limitativas de responsabilidad siempre que respeten la buena fe y el justo equilibrio de las prestaciones.⁴⁰⁹ Sin embargo para MARTÍN CASALS esta cláusula debe ser considerada abusiva en virtud de lo establecido en la D.A. 1º II 9ª de la LGDCU, ya que puede suponer una limitación de forma inadecuada de los derechos legales del consumidor por incumplimiento total o parcial o cumplimiento defectuoso de un profesional.⁴¹⁰

También encontramos cláusulas relativas a la indemnización de los daños derivados de accidentes por carretera *“cualquiera que sea el país donde se produzca la sumisión del consumidor a la legislación en materia de accidentes por carretera de la nación en que se halle matriculado el vehículo, pudiendo acogerse en cuanto a daños personales se refiere, al seguro del mismo de acuerdo con el correspondiente cuadro de indemnizaciones previstas al efecto, y en virtud del cual dichas indemnizaciones serían pagadas a los interesados, beneficiarios o sus representantes legales en el país de matrícula del vehículo y precisamente en la moneda de curso legal del mismo”*. Estas cláusulas sólo tendría virtualidad para las reclamaciones extracontractuales, ya que el art. 11 LVC no admite limitación de la indemnización sino en virtud de los convenios internacionales aplicables, por lo tanto si la reclamación se hace ante el prestador de servicios por los daños ocasionados por el accidente sí se someterá a la legislación del país en que se haya matriculado el vehículo pero en este caso la reclamación se basará en daño extracontractual.⁴¹¹

Se suele encontrar también encontrar cláusula que someten al cliente al

daño moral por pérdida de las vacaciones reducido al importe del precio del viaje, en Italia la limitación mínima es la establecida por el Convenio de Bruselas de 1970. A cerca de la regulación del quantum indemnizatorio en alguno países europeos ver MARTÍN CASALS, M., “Las condiciones generales...”, ob. cit., pp. 1421-1422.

⁴⁰⁹ Contraria a la validez de éste tipo de cláusulas se encuentra GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 255. A favor de su validez se muestra GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 256 y ÁLVAREZ LATA, N., “Responsabilidad...”, ob. cit., p. 175.

⁴¹⁰ Para esta afirmación se apoya en la Sentencia de la AP de Vizcaya de 6 de abril de 1998, en “Las condiciones generales...”, ob. cit., p. 1422.

⁴¹¹ Ver ÁLVAREZ LATA, N., “Responsabilidad...”, ob. cit., p. 176, MARTÍN CASALS, M., “Las condiciones generales del contrato de viaje combinado”, ob. cit., pp. 23-24.

fuero de la ciudad en la cual tiene la sede social el organizador, como por ejemplo: *“Las partes contratantes se someten expresamente a la jurisdicción de los tribunales de Madrid para resolver todas sus diferencias”*.⁴¹² La LCGC añade a la LGDCU la D.A 1ª con un listado de cláusulas que tendrán carácter de abusivas a los efectos del art. 10 bis de dicha Ley,⁴¹³ en cuyo apartado V. 27 encontramos los pactos de sumisión expresa a juzgados distintos al del domicilio del consumidor o al del lugar del cumplimiento de la obligación.⁴¹⁴ La imposición al consumidor de un fuero diferente al que le correspondería de aplicar las reglas generales y que por otra parte coincide con el domicilio del predisponente lo coloca en una situación casi de indefensión ya que la incomodidad y el coste económico que conlleva litigar fuera de su domicilio determinaría en muchos supuestos la no reclamación por parte del turista con la consiguiente exoneración de la agencia de viajes.⁴¹⁵

3.7.2.IV.- Limitación de la cuantía de la indemnización

La DVC en los dos párrafos finales de su art. 5.2 deja libertad a los Estados miembros para que establezcan límites a la indemnización debida por

⁴¹² Ver folletos Halcón Viajes 97/98, Iberojet otoño/invierno 98/99, Julia Tours Mayo- Noviembre 1997, Rhodasol 98, Turavia invierno 96/97.

⁴¹³ A partir de la Directiva 93/13/CEE, de 15 de abril, sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores se produjo un cambio en la línea jurisprudencial del TS que admitía el carácter vinculante de estas cláusulas aunque supusiera un desequilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes, esta nueva orientación ya se encontraba consolidada cuando entró en vigor la LCGC, ver MARTÍN CASALS, M., “Las condiciones generales...”, ob. cit., pp. 1423-1424.

⁴¹⁴ Esta cláusula se considera abusiva por el perjuicio que conlleva para los intereses del consumidor y el correlativo beneficio para el profesional, la situación en que el consumidor se verá obligado a defender sus derechos supondrá una carga para el mismo debido a las dificultades que supone tener que litigar fuera de su domicilio o lugar de cumplimiento de la obligación, ver PÉREZ CONESA, C., “Comentario a la Disposición adicional 1ª V 27ª LGDCU” en *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord.. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp.1264-1266.

⁴¹⁵ Así lo destaca DÍAZ ALABART, al señalar que la indefensión a la que conducen estas cláusulas se acentúa por la naturaleza de las reclamaciones del consumidor ya que las mayoría de las veces serán de cuantía elevada y carecen de estructura jurídica para pleitear, estas circunstancias unidas al hecho de haberse sometido a una competencia extraña le dificultará tanto reclamar sus derechos, que en muchos casos le hará desistir de hacerlo, “produciéndose así una suerte de indefensión”, en “Comentario al art. 10...”, ob. cit., p. 269.

organizadores y detallistas en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso de las prestaciones surgidas del contrato de viaje combinado.⁴¹⁶ Así establece que *“Por lo que se refiere a los daños que resulten del incumplimiento o de la mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado, los Estados miembros podrán admitir que el resarcimiento se limite con arreglo a los convenios internacionales que regulan dichas prestaciones. Por lo que se refiere a los daños que no sean corporales que resulten del incumplimiento o de la mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado, los Estados miembros podrán admitir que se limite el resarcimiento en virtud del contrato. Dicha limitación deberá ser razonable”*.

Como vemos se trata de dos posibilidades de limitación de la responsabilidad de los organizadores y detallistas, en la primera el resarcimiento de los daños se limitará con arreglo a los convenios internacionales y en la segunda la limitación se podrá realizar en el contrato siempre que no se refieran a daños corporales, todo esto *‘sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 4 del apartado 2, no podrán establecerse excepciones a las disposiciones de los apartados 1 y 2 mediante una cláusula contractual’*.

La LVC sólo admitió la limitación del resarcimiento por convenio internacional, por lo tanto no pueden ser admitidas las cláusulas limitativas de responsabilidad frente al consumidor en el contrato, al igual que ocurre en la LGDCU para el caso de que éstas cláusulas se inserten en las condiciones generales de contratación, la disposición adicional primera en su apartado II.10 LGDCU considera abusiva la cláusula de *“de exclusión o limitación de responsabilidad del profesional en el cumplimiento del contrato, por los daños o por la muerte o lesiones causadas al consumidor debidos a una acción u omisión por parte de aquél, o la liberación de responsabilidad por cesión del contrato a tercero, sin consentimiento del deudor, si puede engendrar merma*

⁴¹⁶ La finalidad de esta norma es no atribuir un régimen de responsabilidad contractual más grave para el organizador que el que corresponde de ordinario a los prestadores directos de los servicios del viaje (transportista, hotelero, entre otros) cuando los daños deriven exclusivamente de la prestación de tales servicios por parte de aquellos.

de las garantías de éste”.⁴¹⁷

Tampoco se admite la previsión de causas de exoneración distintas de las enumeradas en el apartado 2 del art. 11 LVC, ni la circunscripción de la responsabilidad de organizadores y detallistas a los solo casos en que sean ellos con sus propio medios y no otros prestadores de servicios, los que deban ejecutar las prestaciones del viaje, ni tampoco se puede excluir la solidaridad entre diferentes organizadores o diferentes detallistas prevista en el art. 11.1 LVC.⁴¹⁸ Por lo tanto queda prohibida la llamada cláusula de intermediación que suele decir lo siguiente: *‘La Agencia Organizadora declara explícitamente que obra únicamente como intermediario entre los viajeros y las entidades o personas llevadas a facilitar los servicios que constan en los itinerarios, empresas de transportes, locales, restaurantes, etc.’*⁴¹⁹

Por lo que se refiere a la limitación del resarcimiento con arreglo a los convenios internacionales, éstos afectan sobre todo a las diversas modalidades de transportes, en el preámbulo de la DVC se alude al Convenio de Varsovia de 1929 sobre el transporte aéreo internacional, al Convenio de Berna de 1961 sobre el transporte por ferrocarril,⁴²⁰ al de Atenas de 1974 sobre el transporte por mar⁴²¹ y al de París de 1962 sobre la responsabilidad de los hoteleros en

⁴¹⁷ Contraria a esta opinión se muestra GARCÍA RUBIO, M. P., ya que a pesar de lo establecido en la LGDCU aún quedaría margen para la licitud de una cláusula general que limitase la responsabilidad del tour operador por daños patrimoniales, *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 256

⁴¹⁸ Esta opinión es mantenida por GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 255, GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 136 y 137, GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 256, RUIZ MUÑOZ M., “Guía explicativa...”, p. 113. Sin embargo DE LA HAZA DÍAZ P., mantiene una postura radicalmente distinta en la que parte de que la LVC sólo califica de imperativas las reglas del apartado 1 y 2 del art. 11 con lo que se admitiría la validez de pactos que puedan modificar la validez y los efectos del contrato; interpretación que ella misma se ve obligada a corregir teniendo en cuenta los negativos resultados que tendría para el consumidor, en *El contrato de viaje combinado...*, ob. cit., pp. 260-261.

⁴¹⁹ Sin embargo para RUIZ MUÑOZ M., es válida para los detallistas en base a la distribución de responsabilidades que según su interpretación corresponden a organizadores y detallistas, “Guía explicativa...”, ob. cit., p. 113.

⁴²⁰ Este convenio ha sido sustituido por el Convenio Internacional regulador de transporte de viajeros y de equipajes por ferrocarril de 7 de febrero de 1970, este convenio ha sido revisado por el Convenio Internacional relativo a los transportes internacionales por ferrocarril (COTIF) hecho en Berna el 9 de mayo de 1980 y que fue modificado por el Protocolo de Berna de 20 de diciembre de 1990.

⁴²¹ Modificado por el Protocolo hecho en Londres el 19 de noviembre de 1976.

cuanto a los objetos pertenecientes a sus clientes, convenio que no ha sido ratificado por España.

Pero en concreto los convenios que son aplicables por los tribunales españoles son: el Convenio de Roma, sobre daños causados a terceros en la superficie por aeronaves extranjeras de 7 de octubre de 1952, el Convenio de Londres sobre limitación de responsabilidad nacidas de reclamaciones por Derecho marítimo de 19 de noviembre de 1976, el ya citado Convenio de Berna, el ya citado Convenio de Atenas, el Convenio Internacional para la unificación de ciertas reglas sobre limitación de la responsabilidad de propietarios de buques, hecho en Bruselas el 24 de agosto de 1924, el Convenio Internacional sobre limitación de responsabilidad de los propietarios de buques que naveguen en alta mar hecho en Bruselas el 10 de octubre de 1957, el Convenio Internacional sobre limitación de responsabilidad por créditos marítimos hecho en Londres el 19 de noviembre de 1976, Convenio de Varsovia para la unificación de ciertas reglas relativas al transporte aéreo internacional de 12 de octubre de 1929.

Con esta limitación se pretendía evitar que organizador y detallista tuvieran que responder sin límite de un defecto ocasionado por el prestatario del servicio, el cual sólo respondería del mismo limitadamente en virtud del Convenio aplicable.⁴²² Si no fuera por la posibilidad de aplicar los Convenios internacionales organizador y detallista podrían verse obligados a indemnizar al consumidor en mayor medida de lo que luego ellos mismos podrían recuperar repitiendo contra el prestador del servicio al que fuera imputable el daño.⁴²³

Se plantea la cuestión de la posible aplicación de los citados Convenios a los viajes nacionales que carecen de la internacionalidad que se exige para la aplicación de los mismos, ya que los organizadores y detallistas responderían

⁴²² GÓMEZ CALLE entiende que con la fórmula utilizada por la Ley española parece que el juez ha de aplicar de oficio la limitación aún cuando organizador y detallista demandados no la invoquen frente a la pretensión indemnizatoria del consumidor, en *El contrato...*, ob. cit., p. 256.

⁴²³ AURIOLES MARTÍN, "La Directiva sobre viajes combinados...", ob. cit., p. 858 y GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 242.

en estos casos en mayor medida que los prestadores de servicios y tampoco podrán recuperar más allá de la cantidad límite establecida para su responsabilidad. En contra de esta posibilidad hay que decir que tanto la DVC como la LVC establecen que la limitación de las indemnizaciones se realizará con arreglo a los Convenios internacionales por lo tanto los viajes dentro del territorio nacional no quedan incluidos. Tampoco se puede admitir la posibilidad de que las partes del contrato de viaje combinado puedan pactar el límite de la responsabilidad del organizador o detallista en los términos fijados por la Ley interna.⁴²⁴

En cuanto a las cláusulas modificativas de responsabilidad en materia procesal como por ejemplo el sometimiento obligatorio del consumidor a las comisiones arbitrales que decida la agencia, hay que decir que este sometimiento ha de ser siempre voluntario según establece el art. 31.2 LGDCU y el art. 19 de la Orden de 1988 sobre actividades de las agencias de viajes, según el cual el sometimiento de las partes a las Comisiones Arbitrales de las agencias de viajes ha de ser voluntario.

Además la posibilidad de que los tour operadores puedan hacer uso de las limitaciones de responsabilidad de los Convenios internacionales plantea un importante problema conflictual entre una fuente normativa comunitaria y otra fuente extracomunitaria. Uno de los Convenios internacionales reclamados por la DVC, como ya hemos visto, es el Convenio de Varsovia que regula entre otros temas el de la responsabilidad en caso de accidente aéreo. En este tema el legislador comunitario ha promulgado el Reglamento 2027/97 relativo a la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente que entre otras cosas pretende elevar los límites de responsabilidad a favor de los viajeros, así dice dicho Reglamento que “el límite de responsabilidad que establece el Convenio de Varsovia es demasiado bajo en relación con los niveles

⁴²⁴ Esta opinión es compartida por GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 245 y 246, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 258 y GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 138.

económicos y sociales actuales”.⁴²⁵ Se trata de un sistema que incrementa los niveles de responsabilidad de las compañías aéreas frente a los viajeros en relación con el Convenio de Varsovia, pero la distorsión se produciría cuando las agencias de viajes incluyan un transporte internacional realizado por una compañía extracomunitaria, con lo cual el organizador aplicando el art. 5.2 DVC puede limitar el alcance de la indemnización de acuerdo con el Convenio de Varsovia, pero si la compañía aérea fuera comunitaria se establecen más altas costas de responsabilidad para el transportista pero nada dice el Reglamento sobre si dicha responsabilidad se extenderá también al organizador o detallista.⁴²⁶

3.8.- LA ACCIÓN PARA EXIGIR LA RESPONSABILIDAD. PLAZO DE PRESCRIPCIÓN

La DVC no determina las características ni los plazos de la acción judicial para exigir la responsabilidad de organizadores y detallistas por la no ejecución o la mala ejecución del contrato, sólo se limita a exigir que dichos plazos consten en el contrato. Por su parte la LVC en el art. 13 dispone que *“Prescribirán por el transcurso de dos años las acciones derivadas de los derechos reconocidos en la presente Ley”*. En cuanto al momento de inicio del cómputo del plazo es de aplicación la regla del art. 1969 CC, por lo tanto dicho cómputo debe iniciarse en el momento en que el viaje finaliza o cuando hubiera debido finalizar de acuerdo con los plazos contractualmente previstos y no en el momento en que el consumidor regresa por haber tenido que hacerlo

⁴²⁵ Lo que como consecuencia ha traído que “los Estados miembros han incrementado diversamente el límite de responsabilidad con las siguientes diferencias dentro del mercado interior de la aviación”; para ello el art. 3.1 a) establece “la responsabilidad de una compañía aérea comunitaria por los daños sufridos en caso de muerte, herida o cualquier otra lesión corporal sufrida por un pasajero en caso de accidente, no estará sujeta a ningún límite financiero ya sea legal, convencional o contractual”.

⁴²⁶ Ver en este sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 247-250.

de manera anticipada a causa del incumplimiento.⁴²⁷

Las acciones sometidas al plazo de prescripción de dos años son “*las derivadas de los derechos reconocidos en la presente ley*”, es decir las que los organizadores y detallistas puedan tener frente al consumidor y las que los consumidores tengan frente a los organizadores y detallistas.⁴²⁸ Pero no las que éstos tengan entre sí, ni las de naturaleza contractual y extracontractual que tengan contra los prestatarios directos de los servicios éstas quedarán sometidas a los plazos de prescripción que corresponda según la regla general (quince años si es una acción contractual y un año si es extracontractual), o las de prescripción o caducidad específicas del contrato que se trate.

Por lo que se refiere al organizador y al detallista uno de sus principales derechos es el cobro del precio por lo que la acción para exigirlo quedará sujeta al plazo de dos años, al igual que el derecho que reconoce la LVC del organizador o detallista de reclamar al consumidor que desista del viaje sin causa de fuerza mayor las cantidades que especifica el art. 9.4 LVC, en éste último caso el plazo empieza a contar desde el momento de la notificación del desistimiento pero si el consumidor ha pagado todo o buena parte del precio antes de desistir la agencia no tendrá necesidad de ejercitar acción alguna, bastándole con deducir lo que corresponda de la cantidad a devolver al consumidor.⁴²⁹

Si bien el ejercicio de la acción de incumplimiento o cumplimiento defectuoso está sujeta al requisito previo del cumplimiento de la carga prevista en el art. 4.1 m) LVC que establece la obligación del consumidor de comunicar todo incumplimiento en la ejecución del contrato.⁴³⁰ Las reglas de la carga de

⁴²⁷ Se trata en todo caso de un plazo de prescripción y no de caducidad, por lo que permite la interrupción en los términos previstos en la legislación general.

⁴²⁸ Al consumidor le corresponderá la acción de reclamación del abono de la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas (art. 10.1 LVC) y la acción de resolución del contrato, esto en cuanto a la acción de responsabilidad contractual, pero también tendrá la posibilidad de ejercer la acción de responsabilidad extracontractual, ver VICENT CHULIÀ F., “La cobertura de responsabilidad...”, ob. cit., pp. 295-304.

⁴²⁹ En el mismo sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., p. 301, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 298 y GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 96.

⁴³⁰ En este sentido no puede considerarse abusiva la cláusula inserta en el contrato de viaje

la prueba en este tipo de procesos serán las derivadas del régimen general, al consumidor le corresponde demostrar el incumplimiento del contrato, los daños que ha podido experimentar y la relación de causalidad entre aquél y éstos.⁴³¹ Por su parte a los organizadores y detallistas les corresponde demostrar que concurre una de las causas de exoneración previstas en la propia Ley.

Se plantea también la cuestión de la relación existente entre las acciones amparadas en la LVC y las acciones de carácter general reconocidas por el Derecho de obligaciones, como son las acciones de anulación por error o dolo (art. 1301 CC) así como la acción de resolución (art. 1124 CC) y la acción para exigir la indemnización de daños y perjuicios consecuencia del incumplimiento contractual (art. 1964 CC). Hay casos que podrían subsumirse en los supuestos de hecho de la LVC y al mismo tiempo en el Derecho de obligaciones⁴³² siendo de gran importancia para el consumidor debido a la diferencia en el plazo de prescripción de las acciones que es de cuatro años para la acción de anulación y de quince años para las restantes. Pero admitir esta posibilidad podría dar lugar en la práctica al recuso sistemático a las acciones de anulación, además de acuerdo con la regla de que la Ley especial deroga a la general, la LVC como norma especial se debe aplicar a todos los casos subsumibles a ella. Aunque no queda claro si la LVC desplaza íntegramente al CC o si el consumidor que ha sufrido algún vicio del consentimiento puede utilizar las acciones de anulabilidad de los arts. 1.300 y siguientes del CC.⁴³³

combinado del tenor siguiente: "la no realización de la comunicación a la Agencia Organizadora supondrá que sea el consumidor quien deba probar el incumplimiento en la ejecución del contrato ante la organizadora o la Dirección General de Turismo y/o el tribunal competente, puesto fuera de ese plazo a la Agencia Organizadora le sería imposible la comprobación de la veracidad de lo alegado así como el logro de una solución satisfactoria para todas las partes implicadas", del catálogo Julia Tours América Latina, mayo-noviembre 1997.

⁴³¹ El consumidor contará con distintos medios para probar el incumplimiento contractual como la realización de fotografías o filmación con cámara de video durante el viaje (por ejemplo la habitación sucia, la inexistencia de piscina) para de este modo evitar los inconvenientes surgidos por la adecuación de la circunstancias a lo convenido en el contrato.

⁴³² Ver los supuestos enumerados por GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., p. 299.

⁴³³ Sobre esta cuestión ver GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 304 y 305, GÓMEZ CALLE, E., *El contrato...*, ob. cit., pp. 300 y 301.

3.9.- GARANTÍA DE LA RESPONSABILIDAD DEL ORGANIZADOR Y DEL DETALLISTA

La DVC en su art. 7 impone al organizador y al detallista que sean parte en el contrato la obligación de facilitar pruebas suficientes de que en caso de insolvencia o quiebra, quedarán garantizados el reembolso de los fondos depositados y la repatriación del consumidor.⁴³⁴

La finalidad de esta norma es proteger al consumidor que ha de pagar todo el precio antes del inicio del viaje y por lo tanto en caso de insolvencia o quiebra de la agencia organizadora antes de que se hayan ejecutado satisfactoriamente las prestaciones del contrato de viaje combinado, difícilmente va a recuperar su dinero, o bien ya iniciado el viaje se puede encontrar desasistido en el lugar al que haya llegado, en el que los hoteles reclaman el pago de las cuentas de los días anteriores o de los siguientes y las compañías de transporte se niegan a sacarle sino no es cobrándole de nuevo la correspondiente tarifa.⁴³⁵

La DVC sólo exige que se garantice al consumidor el reembolso de los fondos depositados y la repatriación, por lo que si la insolvencia o quiebra tiene lugar antes de iniciarse el viaje bastaría con exigir que al consumidor se le garantizase la devolución del precio pagado. Sin embargo si ocurre durante el transcurso del viaje, sólo habría que garantizarle al consumidor la repatriación y la devolución de lo que pagó, pero sólo en la medida en que no se haya gastado en prestaciones ejecutadas en su favor, siempre que esas prestaciones le hayan reportado alguna utilidad al turista. Los costes de repatriación han de ser razonables, ya que si el consumidor organiza su regreso y tiene posibilidad

⁴³⁴ Sin embargo la ambigua redacción del precepto constituye un obstáculo a la plena consecución de este objetivo ya que el organizador solo debe facilitar pruebas suficientes de que quedarán garantizados estos pagos al consumidor pero no menciona ni el tipo de garantía ni la persona a la que se deberá facilitar dichas pruebas, ver SÁNCHEZ RUIZ, I., "Medidas legales para la protección del consumidor contra el riesgo de insolvencia del organizador y/o detallistas", en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, p. 432.

⁴³⁵ Ver en este sentido CUARTERO RUBIO, M. V., "Garantías del turista combinado en caso de insolvencia o quiebra de la agencia de viajes", *La Ley*, nº 4590, 23 de junio de 1998, pp. 1-4.

de no demorarlo o de utilizar un transporte que no sea más costoso que el programado y no lo hace así, correrán de su cuenta los gastos que excedan de lo razonable. Por supuesto si la quiebra o la insolvencia se produce después de finalizar el viaje el art. 7 DVC carece de sentido porque no obliga a garantizar las pretensiones derivadas del cumplimiento defectuoso del contrato que entonces haga valer el consumidor, sino que sólo dará lugar a un crédito más contra la masa de la quiebra.⁴³⁶

La DVC deja libertad a los Estados miembros para elegir la garantía que estimaran más conveniente, ya que antes de su promulgación ya algunos contaban con diversas medidas al respecto, que iban desde el establecimiento de un control administrativo de las condiciones de solvencia del organizador o detallista, hasta la creación de fondos de garantía o la previsión de seguros de insolvencia. Tampoco establece la norma las consecuencias del incumplimiento de la obligación de garantizar, si bien además de las sanciones que puedan arbitrarse en materia civil parecen necesarias sanciones administrativas que impongan al organizador o detallista un efectivo cumplimiento de su obligación.⁴³⁷

En la LVC este tema se regula en el art. 12 el cual establece: “*Los organizadores y detallistas de viajes combinados tendrán la obligación de constituir y mantener en permanente vigencia una fianza en los términos que determine la Administración turística competente, para responder del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios frente a los contratantes de un viaje combinado y, especialmente, del reembolso de los fondos depositados y el resarcimiento por los gastos de repatriación en el supuesto de insolvencia o quiebra.*”

La fianza quedará afecta al cumplimiento de las obligaciones que

⁴³⁶ Esta interpretación ha sido confirmada por en la STJCE de 14 de mayo 1998, ver en este sentido GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual...*, ob. cit., pp. 321, y SÁNCHEZ RUIZ, I., “Medidas legales para la protección del consumidor contra el riesgo de insolvencia del organizador y/o detallistas”, ob. cit., pp. 434-436.

⁴³⁷ Para GÓMEZ CALLE la sanción también es importante desde el punto de vista del Derecho de la competencia ya que la empresa que se ahorre costes incumpliendo su obligación de garantía podrá ofertar sus viajes a un precio menor que las que sí las cumplan, en *El contrato...*, ob. cit., p. 312.

deriven de:

- a) *Resolución firme en vía judicial de responsabilidades económicas de los organizadores y detallistas derivadas de la acción ejercitada por el consumidor o usuario final.*
- b) *Laudo dictado por las Juntas arbitrales de consumo, previo sometimiento voluntario de las partes.*

Caso de ejecutarse la fianza, deberá reponerse en el plazo de quince días, hasta cubrir nuevamente la totalidad inicial de la misma".

Se utiliza el término fianza como sinónimo de garantía o caución y no como referido específicamente a la garantía personal que el CC reserva para éste término.⁴³⁸ Como vemos la LVC amplía la extensión de la garantía respecto a la DVC, ya que esta asegura no sólo el reembolso de los fondos depositados y la repatriación en los casos de insolvencia o quiebra, sino en general la responsabilidad del organizador y del detallista frente al consumidor por el correcto cumplimiento del contrato, tanto si dicha responsabilidad resulta de una sentencia judicial firme como de un laudo arbitral.⁴³⁹ El art. 12 LVC es reflejo de la normativa administrativa aplicable a las agencias de viajes antes de la trasposición de la DVC, es decir en el RD de 25.3.1988 y la OM 14.4.1988.⁴⁴⁰

La norma se remite a la regulación que establezca la Administración turística competente en cuanto a las modalidades que pueda tener la fianza, las reglamentaciones autonómicas sobre agencias de viajes reproducen con alguna pequeña variación el texto de la OM de 14.4.1988. La fianza podrá ser

⁴³⁸ GÓMEZ CALERO considera que no se trata del tipo de fianza recogido en el CC ya que la de la LVC es de origen legal y además no requiere en todos los casos la presencia y participación de un sujeto que a título o en concepto de fiador se comprometa a pagar o cumplir por la agencia de viajes, en *Régimen jurídico...*, ob. cit., p. 140.

⁴³⁹ La interpretación sistemática del art. 12 de la LVC presenta la obligación de fianza como medio para garantizar todo el incumplimiento contractual y no sólo el que se produzca cuando el detallista y organizador demandados sean insolventes, ver VICENT CHULIÁ F., "La cobertura de responsabilidad...", ob. cit., pp. 290-291.

⁴⁴⁰ La diferencia fundamental de éstas normas respecto de la LVC destaca que las garantías se constituyen para responder de las responsabilidades del organizador y detallista frente al consumidor para QUINTANA CARLO I. las fianzas previstas en la normativa administrativa estaban afectas al cumplimiento de las sanciones administrativas impuestas a las agencias de viajes en "La adaptación...", ob. cit., p. 67.

individual o colectiva, mediante la inclusión de la agencia en un fondo solidario de garantía a través de su ingreso en una asociación legalmente constituida. En cuanto a la fianza individual se formalizará mediante ingreso en la Caja General de Depósitos, aval bancario, póliza de caución o títulos de emisión pública a disposición de la Administración turística competente.

La entrega de dinero en la Caja General de Depósitos puede ser encuadrada en la figura autónoma de la prenda irregular. El aval bancario señala un contrato de fianza en el que el Banco avalista asume el papel de fiador. La tercera de las modalidades es la póliza de caución, se refiere al documento en que se formaliza el seguro de caución, en el que el asegurador se obliga en caso de incumplimiento de las obligaciones contractuales o legales por parte del tomador del seguro, la agencia de viajes, a indemnizar al asegurado, el consumidor, a título de resarcimiento o penalidad, los daños patrimoniales sufridos, dentro de los límites establecidos en la Ley o en el contrato, este tipo de seguro está pensado en garantía del asegurado de modo que todo pago hecho por el asegurador deberá ser reembolsado por el tomador del seguro.⁴⁴¹ La última forma de constituir la fianza consiste en poner a disposición de la Administración turística competente títulos de emisión pública, no parece que esta puesta a disposición sea lo mismo que la formalización del derecho real de prenda a favor de la Administración.

En cuanto a la fianza colectiva se realiza a través de dos actos que son el ingreso de la agencia de viajes en una asociación legalmente constituida de ámbito nacional o regional y la formalización por asociaciones de ésta clase de un fondo de garantía de carácter solidario. Las formas de constituir esta fianza colectiva serán idénticas a las señaladas para la fianza individual y una vez realizadas estarán a disposición de la Administración o Administraciones turísticas territorialmente competentes en razón de la sede social de las agencias de viajes incluidas en el fondo de garantía colectivo y en proporción al número y grupo de las mismas.⁴⁴²

⁴⁴¹ GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico...*, ob. cit., pp. 142 y 143.

⁴⁴² En el caso de las agencias de viajes virtuales que carecen de una sede física que delimite el

Si se trata de una fianza individual, la cuantía que ha de cubrir varía según el tipo de agencia: 60.101,21 € (10 millones de pesetas) si es minorista, 120.202,42 € (20 millones de pesetas) si es mayorista y 180.303,63 € (30 millones de pesetas) si es mayorista-minorista.⁴⁴³ En cuanto a la posibilidad de constituir una fianza colectiva, se puede producir cuando las agencias de viaje se asocian creando un fondo solidario de garantía. En este caso la cuantía de la fianza colectiva será del 50 por 100 de la suma de fianzas que las agencias de viaje individualmente consideradas habrían de constituir. En cualquier caso el importe no podrá ser inferior a 2.404.048 € (400.000.000 de pesetas) por asociación de carácter nacional o regional. Estas cuantías cubren la apertura de seis establecimientos, por cada establecimiento que sobrepase la cifra correspondiente, habrá que incrementar la fianza individual en la cantidad de 12.020,24 € (2.000.000 de pesetas) o la fianza colectiva en la suma de 6.010,12 € (1.000.000 de pesetas).

Asimismo el art. 5.b) OM impone la suscripción por parte de la agencia de viajes de un seguro que afiance el normal desarrollo de su actividad y que cubra la responsabilidad civil de la explotación del negocio. En cuanto a los efectos que produce el incumplimiento por parte del organizador de su obligación de garantizar, la disposición adicional primera de la LVC señala que este incumplimiento será sancionado conforme a la legislación vigente, sin perjuicio de las restantes responsabilidades en que puedan incurrir. Por lo que tendremos que estar a lo que disponga sobre ello la Administración autonómica turística competente. Por su parte el RD 271/1988 y la OM contemplan la revocación del título-licencia de agencia de viajes como sanción administrativa, por falta de reposición de la garantía en la cuantía y plazo previsto.

alcance de la fianza en función del número de establecimientos BENITO ROSER propone tomar como referencia un número determinado de transacciones en un intervalo de tiempo, "La agencia de viajes virtual" *Turismo y Comercio electrónico*, ob. cit., p. 138.

⁴⁴³ En relación con la cuantía de la fianza hay que destacar que en la Reglamentación de las agencias de viajes de Baleares se incrementa la cifra de la fianza en 180.303,63 € para mayoristas, 90151,82 € para minoristas y 240404,84 € para mayoristas-minoristas, lo que supone una discriminación de estas agencias de viajes con respecto a las del resto del país.

CONCLUSIONES

1ª. El turismo es una actividad humana en la que convergen un conjunto de intereses e influencias que le dan carácter multidisciplinar, lo cual implica que su estudio se ha de realizar desde diferentes áreas de conocimiento. El turismo debe entenderse como un sistema de relaciones entre el turista, el núcleo receptor, las empresas y la organización turística. Estas relaciones se producen bajo la influencia del entorno económico, sociológico, jurídico, político, ecológico y tecnológico. El análisis del fenómeno turístico se debe realizar de un modo universal, examinando diversos campos y sacando conclusiones generales de todo el sistema.

En el contexto de una sociedad que cada vez demanda mas ocio, la necesidad de viajar se ha convertido en un hecho perentorio, producido en primer lugar por motivos de prestigio, y así mismo, por los ritmos de trabajo, caracterizados por su monotonía. De este modo a medida que ha ido creciendo el interés del ciudadano por viajar, se ha producido una intervención cada vez

más intensa de los poderes públicos para organizar y canalizar ese turismo. Esta masificación genera una transformación en la mentalidad económica, en la administrativa, en la mercantil, etc. que hace concebir el turismo como una fuente de ingreso, como una industria que produce riqueza y transformación.

Todos estos factores van a influir también en el alcance y finalidad de las normas destinadas en cada momento histórico a regular el turismo. Factores exógenos como las decisiones políticas, las modificaciones en los hábitos de las personas o la situación económica del país determinarán la legislación turística. La evolución histórica del turismo ha determinado el nacimiento de una serie de normas, tanto de Derecho Público como de Derecho Privado, que intentan regular determinados aspectos del tráfico de viajeros y de huéspedes, así como las relaciones jurídicas establecidas entre oferentes y demandantes de los nuevos servicios. Las primeras normas no se basaban en el carácter turístico del servicio, por lo que será indiferente la calificación como turista del usuario de los servicios. Con el nacimiento del turismo de masas, a raíz del cambio económico, tecnológico y social que se produce en la segunda mitad del siglo XX, surge el interés de los investigadores por este fenómeno y con el tiempo del legislador.

2ª. La delimitación del concepto de turismo nos permite centrarnos en la actividad que será objeto de regulación por el Derecho. La mayor parte de las definiciones son desde el punto de vista de la ciencia económica y se centran en el desplazamiento y estancia de personas fuera de su residencia habitual, siempre que este desplazamiento no responda a una actividad lucrativa. Quedan fuera de este concepto los viajes que tengan una motivación lucrativa, como los viajes de negocios o el turismo de congresos. Esta exclusión no resulta acorde con la realidad actual del sector turístico que se nutre en época no vacacional de este tipo de turismo, y con la regulación establecida en la LVC, que admite dentro del concepto de consumidor tanto la persona que realiza un viaje de negocios como de ocio. Por lo tanto el concepto más acorde es aquel que se centra en las actividades que realizan las personas durante sus

viajes o estancias en lugares diferentes de su entorno habitual. Sin embargo en la legislación turística autonómica se ha evitado la conceptualización y se opta por una enumeración de las actividades que pueden ser calificadas de turísticas, al contrario del legislador preconstitucional que si da una definición del fenómeno turístico.

A pesar de esta falta de consenso en la delimitación del concepto de turismo, existen una serie de actividades empresariales que pertenecen básicamente al sector turístico como son el alojamiento, el transporte, la restauración y los servicios de intermediación como las agencias de viajes y los tour operadores. Los servicios prestados por cada uno de estos sectores están destinados a facilitar el desplazamiento o cubrir las necesidades surgidas por la estancia en otro lugar.

3ª. El Derecho Turístico como conjunto de normas que regulan la calidad de los servicios turísticos, la protección del medio ambiente y el patrimonio histórico-artístico, la ordenación del territorio o los requisitos de establecimiento de las empresas, ha surgido como una nueva rama del Derecho. Este haz normativo posee una cierta sustantividad basada en la finalidad de regular una actividad económica en permanente desarrollo que ha dado lugar al nacimiento de nuevas instituciones. La problemática que surge de la regulación jurídica del turismo se debe a las siguientes circunstancias: la imprecisión del concepto de turismo, la celeridad del fenómeno turístico, la falta de doctrina sobre este fenómeno, y la existencia de diversos factores ajenos al turismo pero que inciden en él directamente.

Por lo que respecta a las fuentes del Derecho Turístico se ha producido una dispersión legal debido a la producción normativa de las Comunidades Autónomas, el Estado y la Unión Europea. La ordenación autonómica de la actividad turística, al no ser homogénea y coexistir con las normas de origen estatal tanto anteriores como posteriores a la Constitución, da lugar a una situación de inseguridad jurídica. Además se observa una creación normativa en masa ya que las leyes autonómicas de turismo tienden a incorporar e incluso

a reproducir miméticamente el contenido de las primeras normas aprobadas en esta materia, como ocurre con la Ley de Turismo del País Vasco. Esta legislación surge de la distribución de competencias a las Comunidades Autónomas a las cuales les corresponde competencia exclusiva en materia turística, aunque se busca una actuación coordinada con el Estado en la ordenación económica de este sector. Si bien el legislador estatal ostenta competencias normativas exclusivas en materia civil y mercantil las cuales inciden también en el sector turístico, y como consecuencia de ello se reguló mediante ley el régimen jurídico de los viajes combinados y de los derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico.

En general la regulación del sector turístico no está todo lo completa que se podría desear, en el caso de los establecimientos hoteleros no encontramos homogeneidad entre la normativa autonómica, con una clasificación en algunos casos diferente a la estatal, lo cual puede crear confusión en el turista en cuanto a la calidad del servicio contratado. El transporte se encuentra más reglamentado ya que se trata de un servicio que no tiene únicamente finalidades turísticas, si bien la normativa es de carácter estatal al ser una competencia exclusiva del Estado. El futuro del transporte pasa por un aumento de la seguridad del mismo, en especial del transporte aéreo tras los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001. Los servicios de restauración se encuentran regulados así mismo por normas autonómicas que tampoco siguen criterios uniformes, pero que se centran en la calidad y limpieza de los servicios.

4ª. La aparición del turismo de masas trajo de la mano la concentración de empresas privadas que formaron poderosos grupos empresariales, que ocupan una posición de predominio que les permite imponer sus condiciones no sólo a los pequeños empresarios sino también a los turistas. Los usuarios de los servicios no tienen más remedio que aceptar las condiciones unilateralmente fijadas por los grandes tour operadores, y adherirse a los contratos que éstos les ofrecen. El turista necesitará de las normas protectoras

de consumidores además de la protección general como ciudadano ante circunstancias, que lo sitúan en un estado de debilidad ya que se encuentra alejado de su residencia habitual, sometido a costumbres, lugares e idiomas que desconoce. La ampliación del ámbito de aplicación del Derecho de los consumidores al sector turístico se debe al aumento del número de reclamaciones de los turistas por las deficiencias en la prestación de servicios. La situación de inferioridad en la que se encuentra el consumidor frente a las grandes empresas ha dado lugar a una intervención del Estado con el fin de compensar el desequilibrio existente. La acción tutelar se dirige a garantizar la defensa de la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, como derechos fundamentales reconocidos en la LGDCU. Estos derechos básicos pueden ser ampliados en las normas sobre consumo que regulan materias específicas, como así sucede en la LVC.

El turista se puede considerar como consumidor o usuario no sólo por cumplir, los requisitos establecidos en la LGDCU para ser consumidor, sino que la mayoría de las normas autonómicas sobre turismo y las normas especiales han recogido un concepto más amplio de usuario turístico. El usuario turístico sería aquella persona que demanda, contrata o recibe como destinatario final un servicio turístico. Para la Ley de Turismo de Andalucía las personas jurídicas no podrán ser consideradas como usuarios turísticos ya que no pueden ser destinatarios finales de los servicios contratados, con lo cual se pretende diferenciar esta figura del consumidor contratante a pesar de que a la hora de reclamar sus derechos ambos estarán legitimados para hacerlos efectivos. Los derechos del turista en cuanto que consumidor son en principio similares a los reconocidos en la LGDCU, así el derecho a la salud y a la seguridad en el sector turístico se centra en recibir información sobre los peligros que puedan producirse de la utilización de los servicios, también se exige tanto a las empresas como a la administración local el cumplimiento de la normativa sobre seguridad en las instalaciones y en las playas. El derecho a la información no sólo se limita al conocimiento de las condiciones del servicio

contratado, sino de los recursos y la oferta turística de la región a través de las oficinas de turismo. La protección de los derechos económicos y sociales tiene un significado especial en el sector turístico, donde la oferta contractual a través de la publicidad determina no sólo la vinculatoriedad para el empresario, sino el derecho del turista a exigir la prestación del servicio según la información recibida, además en el sector turístico esa información recibida a través de la publicidad debe ser útil. En el caso de formalización del contrato, el turista tiene derecho a una copia escrita del mismo con un contenido mínimo, al cual le serán aplicables los requisitos establecidos en la LCGC para las cláusulas que se consideren abusivas. Todo esto será exigible también en el caso de los contratos celebrados electrónicamente.

Hay que destacar el reconocimiento por la normativa autonómica sobre turismo de una serie de derechos que no se encuentran recogidos en la LGDCU y que pretenden una mayor calidad de los servicios que se presten aunque será difícil de delimitar el concepto de alguno de estos derechos. Nos referimos al derecho a la tranquilidad o al de ser tratado con el debido respeto. El primero de ellos se podría encuadrar dentro del derecho a la protección a la salud ya que por ejemplo los ruidos producidos pueden generar efectos perniciosos sobre aquella y respecto al segundo de los derechos, podríamos relacionarlo con los derechos económicos y sociales que se pueden reconducir a una prestación defectuosa del servicio contratado. Todos estos derechos reconocidos por las normas autonómicas tienen como finalidad crear un turismo de calidad en aquellas regiones.

5ª. La protección de estos derechos no estaría completa si no se facilita al usuario turístico un sistema de reclamación y se reconoce el derecho a la reparación e indemnización de los daños y perjuicios. Sin embargo el principal obstáculo con el que se encuentra el turista es la lentitud de los tribunales que resolverán después de haberse marchado aquél del lugar de vacaciones y las empresas turísticas no siempre se someten al sistema arbitral. Por lo tanto el problema fundamental con el que se encuentran estos derechos es la falta de un

sistema de reclamación rápido y económico, ya que la existencia de un sistema sancionador no tiene como finalidad indemnizar los daños sufridos sino imponer un castigo a la empresa por la defectuosa prestación del servicio.

6ª. La protección del turista como consumidor es una acción llevada a cabo no sólo en el seno de organismos internacionales como la OMT, sino también dentro de la UE. La política comunitaria de protección de los consumidores y la política comunitaria de turismo son el origen de la DVC. La protección de los consumidores dentro de la Unión Europea constituye un medio para conseguir la realización del mercado interior, a pesar de que en un principio no se encontraba dentro de los objetivos del Tratado de Roma. En vez de realizar una política de protección a los consumidores como una política sectorial se llega a la conclusión de que todas las políticas comunitarias deben tener como finalidad la protección del consumidor. La construcción de una Europa de los ciudadanos tiene como uno de sus objetivos la protección del consumidor mediante la creación de condiciones para un mejor diálogo entre estos y los productores-distribuidores. Dentro de los servicios comerciales no relacionados con productos, el turismo es considerado como de particular importancia ya que en él confluyen necesidades de los consumidores individual y colectivamente considerados. Pero la DVC no surge únicamente por la necesidad de proteger al turista como consumidor sino por el peso específico que tiene el turismo como actividad dentro de la Unión Europea, ya que los grandes tour operadores y compañías aéreas se encuentran en la zona norte de la Unión de donde provienen la mayoría de los turistas que pasan sus vacaciones en los países del mediterráneo, por lo que serán éstos los interesados en la mejora de las condiciones de los viajes.

Sin embargo a pesar de la importancia económica de la industria turística no ha existido una política comunitaria específica en materia turística, sino que se ha tenido que formar sobre la base de otras políticas relacionadas con el turismo, así en materia de transportes, creación de empleo, medio ambiente, etc. El programa actual en materia de turismo pretende aumentar los

conocimientos de esta actividad económica mediante la instauración de las cuentas satélites de turismo y mejorar el desarrollo sostenible del turismo en un momento en que las expectativas de la llegada de turistas a Europa empiezan a decaer. Las principales medidas adoptadas son a favor de los Estados y las regiones mediante ayudas de los fondos estructurales a favor de las pequeñas y medianas empresas como creadoras de empleo y para una mejora de la calidad de los servicios prestados, también a favor de los turistas mediante la facilitación del paso de fronteras, la protección de la salud y la seguridad y los intereses materiales de éstos.

La DVC tiene como finalidad implementar la política de protección de los consumidores y armonizar las legislaciones de los Estados miembros en materia de viajes combinados. Con esta norma aumenta la protección del consumidor y se facilita su acceso a la justicia lo que engrosará el número de adquisiciones de viajes combinados, produciéndose una mayor competitividad y mejora del mercado interior. El contenido de la norma comunitaria constituye el establecimiento de un estándar básico de protección del consumidor de viajes combinados, por lo que las regulaciones de los Estados miembros que ofrezcan un nivel de protección inferior han tenido que igualarla al establecido en la DVC. La transposición de la DVC en los Estados miembros se ha realizado de un modo uniforme si bien se han detectado lagunas o deficiencias en esta norma por lo que la Comisión ha propuesto una reforma de esta Directiva para el año 2003.

7ª. De todas las normas dictadas en materia turística la LVC es una de las más importantes. La contratación del viaje combinado tiene como objeto primordial la conjugación de una pluralidad de servicios turísticos a cargo del organizador por un precio global y una duración mínima. Este requisito de carácter temporal limitado a veinticuatro horas ha excluido del ámbito de aplicación de la LVC a las excursiones de un día, que aún reuniendo los elementos restantes del viaje combinado tienen una duración inferior, lo que produce un perjuicio a los consumidores por lo que será uno de los puntos a

reformular en la próxima revisión de la DVC. Se debe realizar una interpretación amplia del ámbito de protección de esta norma ya que tiene como finalidad la protección del consumidor, como así lo ha puesto de manifiesto el Tribunal de Justicia Europeo recientemente al entender que los viajes confeccionados a la carta también se encuentran dentro del campo de aplicación de la DVC. La LVC al igual que otras normas en materia de protección de consumidores, recoge un concepto de consumidor más amplio que el establecido en la LGDCU, sin centrarse en la característica de ser destinatario final del producto y en el que los viajes de negocios a pesar de estar destinados a una actividad profesional están protegidos por la norma.

8ª. El organizador o detallista, se define por la LVC como una persona física o jurídica, lo que demuestra que el legislador ha copiado literalmente la definición establecida en la DVC produciéndose un conflicto con la clasificación establecida en la normativa reglamentaria que no admite la figura de una agencia de viajes como persona física y que no se reformó tras la entrada en vigor de la LVC, lo cual debería haberse realizado al igual que ocurrió en otros países europeos. No se puede admitir una ordenación por parte de las Comunidades Autónomas de los requisitos para constituir una agencia de viajes, delimitando el capital mínimo o acogiendo la figura de la agencia de viajes persona física, ya que se trata de una materia mercantil reservada al legislador estatal. Pero tampoco nos parece correcto la determinación a través de la vía del reglamento del capital social mínimo de las agencias de viajes, puesto que la regulación de las sociedades es una materia que tiene reserva de ley. Además se hace necesario homogeneizar la normativa de las Comunidades Autónomas en lo que se refiere al acceso a la actividad de las agencias de viajes y reformar la OM que contiene las normas reguladoras de las agencias, dando entrada a los empresarios personas físicas. Así mismo hay que adaptar esta norma reglamentaria a la Directiva comunitaria de forma que se diferenciara las exigencias a las agencias comunitarias de las exigencias a las agencias no comunitarias, al igual que han hecho otros países comunitarios, ya

que la regulación actual va en contra del principio de libre prestación de servicios establecido en el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea.

9ª. La obligación del organizador, si se trata de una agencia mayorista-minorista, y del detallista de entregar al consumidor el folleto con información relativa a aspectos básicos del viaje combinado lo configura como una oferta contractual ya que existe intención de obligarse por parte del anunciante y contiene los elementos esenciales del contrato. Así la publicidad incluida en el mismo pasa a formar parte del contrato por lo que se podrá exigir que la ejecución del contrato se ajuste a lo anunciado. A pesar de que en algunos folletos intentan desligarse de lo ofrecido advirtiendo de su validez salvo error tipográfico, lo que debe considerarse nulo con arreglo a lo establecido en la LGDCU. Muchos de los elementos contenidos en el contrato han de figurar también en el folleto informativo por lo que los contratos suelen remitirse a lo establecido en aquellos. En los casos de contratación electrónica la obligación de información documental se entiende realizada a través de la oferta que aparece en la página web, ya que ésta se equipara a la forma escrita. El problema se plantea en esta forma de contratación en la posterior modificación de la oferta que podría pasarle desapercibida al consumidor, por lo que la solución sería incorporarla a una página independiente en la que el consumidor tuviera que prestar su conformidad.

10ª. Los acontecimientos surgidos desde el perfeccionamiento del contrato hasta la realización del viaje pueden dar lugar a la modificación de alguno de los elementos esenciales del contrato como el precio, en cuyo caso el consumidor tendrá derecho a la resolución del contrato sin penalización alguna, lo que está dentro del sentido común porque sería injusta la sanción del consumidor cuando la modificación se ha realizado por parte del organizador. Si bien la ley no establece cuándo podría considerarse como significativa la variación del precio, por lo que debería cubrirse esa laguna para que la decisión no se tomara de un modo arbitrario.

En los arts. 8, 9 y 10 de la LVC se establecen distintos supuestos de incumplimiento de las obligaciones por parte del organizador como son la modificación del contrato, la cancelación del viaje o la no prestación de los servicios. No se trata de una lista cerrada ya que se pueden producir otros tipos de incumplimientos de los que responderá el organizador o detallista según establece el art. 11 de la LVC cuando dice que se harán cargo *"de los daños sufridos por el consumidor como consecuencia de la no ejecución o ejecución deficiente del contrato"*.

11ª. El art. 11 de la LVC establece un régimen de responsabilidad mancomunada entre organizador y detallista por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato de viaje combinado. Aunque un sector doctrinal considera que este régimen no es el establecido en el Convenio sobre contratos de viaje de 1970 que da origen a la DVC, en el que se establecía la solidaridad de organizadores y detallistas. Hay que decir que la DVC deja libertad a los países miembros a la hora de establecer el régimen de responsabilidad. El sistema de responsabilidad solidaria quizás hubiera estado más acorde con el principio *pro consumatore* que impregna toda la ley, sin embargo la norma española opta porque cada uno responda de su respectivo ámbito de gestión del viaje, si bien no se designan las distintas obligaciones a las que deben hacer frente. Podemos entender que el detallista tendrá obligación de facilitar el programa del viaje, formalizar el contrato y facilitar información sobre el viaje contratado. Por su parte el organizador responderá de la organización y ejecución del viaje, de lo que se deduce que el consumidor no podrá obtener indemnización de ambos en un mismo supuesto. La mayoría de los organizadores utilizan auxiliares para el cumplimiento de los servicios contratados que da lugar en muchos casos a una prestación defectuosa de los mismos, cuya responsabilidad han pretendido excluir en un principio a través de cláusulas incluidas en las condiciones generales de los folletos y que han ido desapareciendo progresivamente adecuándose al sistema de responsabilidad del art. 11 de la LVC. Por lo tanto el organizador responderá frente al consumidor

por la prestación defectuosa de los servicios, sin perjuicio del derecho de repetición de aquél contra los auxiliares por los daños causados.

12ª. Las condiciones generales de los contratos de viajes combinados presentan un contenido uniforme y ajustado a las exigencias legales ya que en la mayoría de los casos reproducen lo contenido en la norma. El carácter imperativo del art. 11 de la LVC a la hora de establecer la imputación de la responsabilidad contractual de organizadores y detallistas por el incumplimiento del contrato de viaje combinado y las causas de exoneración de responsabilidad reguladas en el mismo, son la base para la determinación de la validez de las cláusulas de exención de responsabilidad que se encuentran dentro de las condiciones generales que recogen los folletos informativos. Por lo tanto las cláusulas contrarias a este régimen de responsabilidad establecidas dentro de las condiciones generales se podrán considerar nulas si son contrarias a los intereses de los consumidores. Así por ejemplo aquellas cláusulas que establecieran un régimen de responsabilidad para el turista más beneficioso que el de la LVC no tendrán porque ser en principio consideradas como contrarias a la norma ya que la finalidad de la misma es la protección del consumidor.

Por este motivo habrá que valorar la validez de las cláusulas que intentan distribuir la responsabilidad entre organizador y detallista de acuerdo con el régimen de responsabilidad mancomunada establecido por el art. 11 de la LVC. Además también ha de considerarse nula la exclusión de responsabilidad del organizador por la pérdida o daños en el equipaje ya que el traslado del mismo se puede considerar como una de las prestaciones del contrato de viaje combinado. En el caso de las cláusulas que hacen referencia a causas técnicas por las cuales el organizador pretende exonerarse de responsabilidad, habrá que determinar en cada caso si pueden estar englobadas dentro de algunos de los supuestos regulados en el apartado segundo del art. 11 de la LVC. No establece la LVC ninguna referencia a las cláusulas de limitación de la cuantía indemnizatoria, no obstante conforme al apartado 4º

del art. 5 de la DVC no se admite la validez de las cláusulas que limiten la indemnización de los daños corporales.

13ª. Para asegurar la indemnización de los daños resultantes de incumplimiento se impone la obligación de mantener en permanente vigencia la fianza, sin embargo ésta no cubrirá los daños no resultantes del incumplimiento contractual. Los que se suelen cubrir de forma voluntaria mediante la suscripción por parte del consumidor de un seguro complementario, de asistencia en viaje o de accidentes. Aunque tanto la fianza como el seguro podrán concurrir en el resarcimiento de daños corporales y daños a objetos del consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

- AA. VV. *El Libro Blanco del Turismo Español*, Secretaría General de Turismo, Madrid, 1990.
- AA. VV. *Introducción al Turismo*, dir. SANCHO, A., OMT, Madrid, 1998.
- AA. VV. *Identificación y evaluación de los factores permanentes y nuevos de las motivaciones de vacaciones y de viajes que influyen sobre las características de la demanda turística actual y potencial, nacional e internacional*, OMT, Madrid, 1985.
- AA. VV. *Turismo Panorama 2020 Nuevas previsiones de la Organización Mundial del Turismo*, OMT, 1999.
- AA.VV. *El impacto de los atentados del 11 de septiembre en el turismo: la luz al final del túnel* (abril de 2002), OMT, Madrid, 2002.
- AA. VV. *El turismo después del 11 de septiembre de 2001: análisis, medidas correctoras y perspectivas* (actualizado en noviembre de 2001), OMT, Madrid, 2001.
- ABELLÁN HONRUBIA, V., "El derecho de establecimiento y la libre prestación de servicios en la CEE", *Estudios de Derecho Comunitario Europeo*, Consejo General del Poder Judicial, Madrid, 1989, pp. 315-400.
- ACERENZA, M A., *Administración del Turismo: conceptualización y organización*, México, 1986.

- AGUI LÓPEZ, J. L., "Definiciones: Turismo y turista" *Revista Papers de Turisme*, nº 14-15, Valencia, 1994, pp. 17-25.
- AGUILAR ROSSEL, Y., MARCOS VALDUEZA, H., PLANA PUJOL, J. R., DE SEBASTIÁN CARAZO, C. y VOGELER RUIZ, C., "Turismo de reuniones: ferias, work-shops, congresos e incentivos", en *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 673-700.
- AGUILÓ, E., "Turismo y medio ambiente en el nuevo modelo de desarrollo turístico", en *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 505-511.
- ALARCÓN URBISTONDO, P., RASTROLLO HORRILLO, M. A. y RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J., "Los intermediarios en la comercialización de destinos turísticos a través de Internet", *Turismo, III Congreso Universidad y Empresa (Municipios turísticos, Tributación y contratación empresarial. Formación y gestión del capital humano)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 675-689.
- ALBERT PIÑOLE, I., *Gestión, productos y servicios de las Agencias de viajes*, Madrid, 1999.
- ALBERT PIÑOLE, I., BAYÓN MARINÉ, F. y CERRA CULEBRAS, J., "Agencias de viajes" en *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 815-843.
- ALBORCH BATALLER, C., "La protección del consumidor en el art. 51 de la Constitución: consideraciones generales y desarrollo legislativo", *Estudios en homenaje al profesor Diego Sevilla Andrés. Historia, Política y Derecho*, t. I, Universidad de Valencia, 1984, pp. 29 y 62.
- ALCOVER GARAU, G., "Protección jurídica del turista como consumidor y competencia de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares en materia de turismo", *Estudios sobre consumo*, nº 18, 1990, pp. 63-72.
- ALCOVER GARAU, G., "La protección jurídica del turista como consumidor", *Turismo y defensa del consumidor, Jornadas Jurídicas*, Palma de Mallorca, 1991, pp. 13-30.
- ALCOVER GARAU, G., "Aproximación al régimen jurídico del contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de contingencia", *Revista de Derecho Mercantil*, nº 228, 1998, pp. 625-678.
- ALCOVER GARAU, G., "La normativa comunitaria sobre viajes combinados y

su adaptación al ordenamiento español", *Revista de Derecho Mercantil*, nº 232, 1999, pp. 687-703.

ALFARO ÁGUILA-REAL, J., *Las condiciones generales de la contratación*, Madrid, 1991.

ALFARO AGUILA-REAL, J., "El proyecto de ley sobre las condiciones generales de la contratación: técnica legislativa, burocracia e intereses corporativos en el Derecho privado", *Revista de Derecho Bancario y Bursatil*, nº 16, 1997, p. 839-902.

ALFARO AGUILA-REAL, J., "Artículo 1. Ámbito objetivo", *Comentarios a la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación*, coord. ALFARO AGUILA-REAL, J., Madrid, 2002, pp. 97-141.

ALONSO, L. E., "Los orígenes del consumo de masas: el significado de una transformación histórica", *Estudios sobre Consumo*, nº 6, 1985, pp. 11-20.

ALPA, G., "Dalla tutela del consumatore alla dell'utente il caso del turista" en *La tutela del turista*, dir. SILINGARDI, G. y ZENO-ZENOVICH, V., Napoli, 1993, p. 19-25.

ÁLVAREZ LATA, N., "Responsabilidad y exclusión de responsabilidad de los viajes combinados (Un análisis de la aplicación práctica del artículo 11 de la Ley de Viajes Combinados, de 6 de julio de 1999)", *Aranzadi Civil*, vol. I, 1998, pp. 13-31.

ÁLVAREZ SOUSA, A., *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*, Barcelona, 1994.

ALTÉS MACHÍN, C., *Marketing y Turismo*, Madrid, 1993.

ARCARONS SIMÓN, R., *Manual de Derecho Administrativo Turístico*, Madrid, 1999.

ANDREU MARTÍ, M., *La protección del cliente bancario*, Madrid, 1998.

ANGULO RODRÍGUEZ, L., "El contrato de comisión", *Derecho Mercantil*, vol. II, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Barcelona, 2002, pp. 259-272.

ARANGUREN CASTRO, J., BAYÓN MARINÉ, F., CHACÓN GUTIERREZ, L. y GARCÍA PALOMERO, I., "Transporte terrestre", en *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 1031-1057.

ARMIJO VALENZUELA, M. y SAN MARTIN BACAICOA, J., *Curas balnearias y climáticas. Talasoterapia y helioterapia*, Madrid, 1994.

- ARRILLAGA, J. I., *El Turismo y la Economía Nacional*, Madrid, 1955.
- ARRILLAGA, J. I., *El Turismo factor de paz y de bienestar*, Madrid, 1997.
- ARRILLAGA, J. I. "El turismo como ciencia", *Revista de Estudios Turísticos* n° 41, pp. 5-31.
- ARRILLAGA, J. I. "Primeras experiencias", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 45-70.
- AURIOLES MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados y la adaptación de la normativa española de agencias de viajes", *Revista de Derecho Mercantil*, n° 206, 1992, pp. 819-862.
- AURIOLES MARTÍN, A., "Ámbito de aplicación y objeto de la Ley 21/1995: la definición legal de viaje combinado", en III Jornadas sobre Derecho y Turismo, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, pp. 163-170.
- AURIOLES MARTÍN, A., *Introducción al Derecho Turístico*, Madrid, 2002.
- AVILÉS GARCÍA, J., "Garantía y conformidad de los bienes y servicios de consumo. Contratos de reparación y asistencia técnica", *Derecho de los Consumidores y Usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*, dir. DE LEÓN ARCE, A., Valencia, 2000, pp. 582-667.
- BADENAS CARPIO, J. M., "Artículo 4.1. Contratos excluidos", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, Navarra, 1999, pp. 111-128.
- BADENAS CARPIO, J. M., "El arbitraje turístico", *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. RECALDE CASTELLS, A. y GARCÍA MACHO, A., Valencia, 2000, pp. 376-395.
- BARBA VEGA, J., "El derecho a la educación y formación en materia de consumo", *Estudios sobre Consumo*, n° 3, 1984, p. 103-123.
- BARCO I. y BALLBE, M. J., "Jornadas sobre la reforma del Derecho privado y protección del consumidor. Ávila 1992" en *Anuario de Derecho Civil*, 1992, 1784-1205.
- BARTALANFFY, L. V., *Teoría General de los Sistemas*, Méjico, 1993.
- BAYÓN MARINE, F., *Ordenación de alojamientos y restauración*, vol. II, Madrid, 1992.
- BAYÓN MARINÉ, F. y FERNÁNDEZ FÚSTER, L., "Los orígenes", *50 años del*

- Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 25-43.
- BECH SERRAT, J. M., *La responsabilidad contractual de organizadores y detallistas*, tesis doctoral, Girona, 2001.
- BEHREND G., *Historie des Trains de Luxe. De l'Orient-Express au TEE*, Fribourg, 1977.
- BENAVIDES VELASCO, P., "Apertura de sucursal de Agencia de Viaje comunitaria en territorio español", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico, Málaga, 2000)* coord. AURILOLES MARTÍN, A. Sevilla 2000, pp. 161-169.
- BENDITO CAÑIZARES, M. T., "La Ley de Viajes Combinados: perfección y contenido del contrato", *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1997, pp. 13-28.
- BENITO ROSER, M. T., "La agencia de viajes virtual", *Turismo y Comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*, dir. CAVANILLAS MÚGICA, S., Granada, 2001, pp. 125-151.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "La protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores", *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Madrid, 1987, pp. 141-158.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Ámbito de aplicación y derechos de los consumidores en la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios", *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Madrid, 1987, pp. 100-140.
- BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, A., "La protección de los consumidores en la Constitución española y en el Derecho mercantil", *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Madrid, 1987, pp. 22-29.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., "Comentario al art. 1", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 17-43.
- BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., "Artículo 1. Ámbito objetivo", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 23-36.
- BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., "Disposición Adicional 1ª. Tres: Art. 10 bis.1 LGDCU", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., Navarra,

1999, pp. 7753-769.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "La defensa contractual del consumidor o usuario en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios", *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, Madrid, 1987, pp. 180-221.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. "La defensa contractual del consumidor y el reparto de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas en la Doctrina del Tribunal Constitucional", *Actualidad Civil* nº 43, 1987, pp. 145-170.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., "Comentario al Capítulo VIII de la LGDCU", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 661-726.

BERMEJO VERA, J., "El derecho a la información de los consumidores y usuarios", *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, pp. 83-97.

BIGNÉ, J. E., "Turismo y marketing en España. Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro", *Estudios Turísticos*, nº 129, 1996, pp. 105-127.

BIGNÉ ALCANIZ, E., "La calidad de servicio de las agencias de viajes", *Turismo I Congreso Universidad y Empresa 1999 (Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial*, Valencia, 1999, pp. 547-567.

BLANQUER CRIADO, D., *Derecho del Turismo*, Valencia, 1999.

BLANQUER CRIADO, D., "Régimen jurídico del turismo rural", *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, Valencia, 2000, pp. 601-640.

BLASCO DÍAZ, J. L., "La disciplina turística: inspección y sanción", *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. RECALDE CASTELLS, A. y GARCÍA MACHO, A., Valencia, 2000, pp. 184-223.

BOLDÓ RODA, C., "El contrato de viaje combinado", *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. RECALDE CASTELLS, A. y GARCÍA MACHO, A., Valencia, 2000, pp. 225-256.

BONET NAVARRO, A., "Informe general sobre protección eficaz y acceso a la justicia de los consumidores", *Estudios sobre Consumo*, nº 16, 1989, p. 219-50.

BOTANA GARCIA, G., "Noción de consumidor en el Derecho comparado",

Estudios sobre Consumo, nº 18, 1990, pp. 51-62.

BOTANA GARCÍA, G. "Incidencia de los instrumentos de Derecho comunitario en la protección de los consumidores", *Actualidad Civil*, nº 3, 1993, pp. 53-61.

BOTANA GARCIA, G., "Noción del consumidor", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, pp. 27-42.

BOTANA GARCIA, G., "Régimen de garantía y conformidad de los productos y servicios", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, pp. 490-505.

BOTE, V., HUÉSCAR, A., VOGELER, C., "Concentración e integración de las agencias de viajes españolas ante el Acta Única Europea", *Revista Papers de Turisme*, nº 5, 1995, pp. 5-43.

BOTE GÓMEZ, V. y MARCHENA GÓMEZ, M., "Política turística", *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 295-326.

BOULLÓN, R. C., *Planificación del Espacio Turístico*, Méjico, 1990.

BOURGOIGNIE, T., *European consumer law: prospects for integration of consumer law and policy within the European Community*, Louvain-la-Neuve, 1982.

BOURGOIGNIE, T., "Droit et politique communautaire de la consommation: de Rome à Amsterdam", *Revue Européen de Droit de la Consommation*, nº 3, 1997, pp. 194-211.

BRAÑA PINO, C., *Europa y los consumidores*, Madrid, 1989.

BROSETA PONT, M., "Aspectos generales para una introducción sobre el derecho de los consumidores", *Estudios en Homenaje al Profesor Antonio Polo*, Madrid, 1981, pp. 74-123.

BROSETA PONT, M., *Manual de Derecho Mercantil*, Madrid, 1994.

BULL, A., *La Economía del Sector Turístico*, Madrid, 1994.

CABANILLAS SÁNCHEZ, A., *Las cargas del acreedor en el Derecho civil y en el mercantil*, Madrid, 1988.

CABANILLAS SÁNCHEZ, A., "Aspectos sustantivos de la protección de los consumidores en los contratos sobre servicios, según el ordenamiento

- español", *Estudios sobre Consumo*, nº 16, 1989, pp. 141-156.
- CABELLO DE LOS COBOS Y MANCHA, L. M., "Derecho comunitario y protección de los consumidores", *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, nº 620, 1991, pp. 201-214.
- CALAIS-AULOY, J., *Droit de la Consommation*, Paris, 1992.
- CALATRAVA, J., "Agricultura y turismo en el medio rural: aspectos conceptuales y algunas reflexiones sobre su interacción", *Turismo y Medio Ambiente*, ed. BUENDÍA AZORÍN, J. D. y COLINO SUEIRAS, J., Madrid, 2001, pp. 133-158.
- CAMISON ZORZONA, C., "La empresa turística: un análisis estratégico" *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 217-245.
- CARBÓ ANTÓN, J. M., "Innovaciones técnicas en alojamientos hoteleros", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 941-974.
- CÁRDENAS NEGRO, M. P. y GONZÁLEZ CABRERA, I., "Algunas consideraciones sobre la responsabilidad en el contrato de viaje combinado", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 181-191.
- CARRASCO PERERA, A., "Comentarios a los arts. 1.101 CC ss.", *Comentarios al Código Civil y Compilaciones forales*, dir. ALBALADEJO, t. XV, vol. 1º, Madrid, 1989.
- CÁRDENAS TABARES, F., *Comercialización del turismo. Determinación y análisis de mercados*, México, 1990.
- CAVANILLAS MÚGICA, S., "Contratación on line de viajes combinados", *Turismo y Comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*, dir. CAVANILLAS MÚGICA, S., Granada, 2001, pp. 153-163.
- CAVANILLAS MÚGICA S., "Deberes relativos a la forma de celebrar el contrato", *Turismo y Comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*, dir. CAVANILLAS MÚGICA, S., Granada, 2001, pp. 89-121.
- CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R. y ROCA FERNÁNDEZ-CASTANY, M. L., "Reflexiones sobre la ordenación legislativa de las Comunidades Autónomas: sus Leyes de Turismo", *(III Jornadas de Derecho*

- Turístico, Málaga, 2000*) coord. AURILOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 193-202.
- CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R., *El contrato turístico de alojamiento hotelero*, Granada, 2001.
- CLEMONS, E. K. y WEBER B. W., "Segmentation, differentiation and flexible pricing: experiences with information technology and segmente-tailored strategies", *Journal of Management Information Systems*, 1994, pp. 9-28.
- COCA PAYERAS, M., "El Dret derivat de les Comunitats Europees en materia turística", *Llibre Blanc del Turisme a les Balears*, Palma de Mallorca, 1987, pp. 160-201.
- COCA PAYERAS, M., "La protección jurídica del turista en el Derecho comunitario europeo", *Turismo y Defensa del Consumidor, Jornadas Jurídicas*, Palma de Mallorca, 1991, pp. 31 y 44.
- COCA PAYERAS, M., "Comentario al art. 10 de la LGDCU", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 240-245.
- COCA PAYERAS, M., *La contratación turística (Los contratos turísticos como contratatos sometidos a condiciones generales)*, Conferencia pronunciada en el Consell Insular d'Eivissa, Febrero, 1993.
- COHEN, E., "Towards a sociology of international tourism", *Social Research*, nº 39, 1972, pp. 164-182.
- COHEN, E., "Rethinking the sociology of tourism", *Annals of Tourism Research*, nº 6, 1979, pp. 18-35.
- COMÍN, F., MARTÍN ACEÑA, P., MUÑOZ RUBIO, M. y VIDAL OLIVARES, J., *150 años de historia de los ferrocarriles españoles*, Madrid, 1998.
- CONTRERAS DE LA ROSA, I., "Responsabilidad de agencias organizadoras y detallistas de viajes combinados. (art. 11.1 Ley 21/1995, de 6 de julio; SAP Asturias, de 21 de junio de 1999)", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURILOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 203-209.
- COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D., and WANHILL, S., *Tourism: Principles and Practice*, London, 1993.
- CORDONES RAMÍREZ, M., "Sobre la aplicación de la normativa de viajes combinados a los viajes de estudios al extranjero con alojamiento familiar. (Comentarios al hilo de la Sentencia del Tribunal de Justicia de las

- Comunidades Europeas de 11 de febrero de 1999)", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 367-373.
- CORDONES RAMÍREZ, M., ""Ámbito de aplicación de la normativa de viajes combinados: viajes combinados ofertados a precios reducidos (Sentencia del Tribunal de Justicia de la Comunidades Europeas de 15 de junio de 1999)", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 211-216.
- CORREDOIRA y ALFONSO, L. *Comentarios a la Ley de Publicidad*, Barcelona, 1993.
- COSTA PÉREZ, A., *La calidad de servicio en los campos de golf*, Madrid, 1997.
- COSTA PÉREZ, A., "Turismo de salud", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, 737-747.
- COSTA PÉREZ, A., INIESTA ALONSO-SAÑUDO, A. y TORRES RIESCO, J. C., "Turismo activo y deportivo", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, 749-780.
- CUARTERO RUBIO, M. V., "Viajes combinados y derecho de los particulares a una indemnización (Ausencia de adaptación de la Directiva)" *La Ley* nº 4222, 1997, p. 1948-1951.
- CUARTERO RUBIO, M. V., "Garantías del turista combinado en caso de insolvencia o quiebra de la agencia de viajes", *La Ley*, nº 4590, pp. 1-4.
- CUARTERO RUBIO, M. V., "Artículo 4.2. Contratos excluidos", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord.. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 129-138.
- CUEVA JIMÉNEZ, L. U., "La actividad turística española. Una aproximación desde la dinámica de los sistemas", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 135, 1998, pp. 29-49.
- DE ÁNGEL YÁGÜEZ, R., *Tratado de responsabilidad civil*, Madrid, 1993.
- DE CASTRO, F., "Notas sobre las limitaciones intrínsecas de la autonomía de la voluntad", *Anuario de Derecho Civil*, 1982, p. 1068 y ss.
- DE LA CÁMARA, M., *Estudios de Derecho Mercantil*, tomo I, Madrid, 1977.
- DE LA CUESTA RUTE, J. M. y VALPUESTA GASTAMINZA, E., "Marco general de la contratación mercantil", *Contratos Mercantiles*, vol. I, dir. DE LA CUESTA RUTE, Barcelona, 2001, pp. 25-108.

- DE LA HAZA DIAZ, P., *El contrato de viaje combinado. La responsabilidad de las agencias de viajes*, Madrid, 1997.
- DE LA HAZA DÍAZ, P., "La oferta publicitaria de los viajes combinados", *Estudios sobre Consumo*, nº 47, 1999, pp. 9-38.
- DE LA TORRE DE LA PLAZA, L. F., "Transporte aéreo", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 975-1013.
- DE LA TORRE PADILLA, O., *El Turismo fenómeno social*. México, 1980.
- DE LEÓN ARCE, A., *Contratos de consumo intracomunitarios. (Adquisición de vivienda y viajes combinados)*, Madrid, 1995.
- DE LEÓN ARCE, A., "Cancelación, desistimiento e incumplimiento del contrato de viaje combinado: supuestos legales", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 149-167.
- DÍAZ ALABART, S., "Comentario al art. 10.1.c) de la LGDCU", *Comentarios a la Ley general de consumidores y usuarios* coordinados por BERCOVITZ R, y SALAS HERNÁNDEZ J., Madrid, 1992, pp. 248-312.
- DÍAZ ALABART. S., "Artículo 6. Reglas de interpretación", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 193-232.
- DÍAZ MORENO, A., "La resolución del contrato de viaje combinado", *Cuadernos de Derecho y Comercio*, nº 33, separata, 2000, pp. 39-71.
- DÍAZ RUIZ, E., *Régimen jurídico de las sucursales en Derecho español*, Madrid, 1994.
- DÍEZ DE VELASCO Y VALLEJO, M., "Reflexiones sobre el turismo y el desarrollo del medio ambiente en la Unión Europea", *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 483-496.
- DÍEZ-PICAZO, L. y GULLÓN, A., *Sistema de Derecho Civil*, vol. I y II, Madrid, 1992.
- DÍEZ-PICAZO, L., *Fundamentos de Derecho civil patrimonial*, vol I y II, Madrid, 1996.
- DÍEZ-PICAZO, L., *Introducción Teoría del contrato*, Madrid, 1996.

- DUQUE DOMÍNGUEZ, J., "La protección de los derechos económicos y sociales en la Ley General para la Defensa de los Consumidores", *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, pp. 51-81
- ESCORIHUELA MEZQUITA, E., "Nuestro hoteles figuran en la vanguardia de las industria hotelera mundial", *Revista Sindical de Estadística*, nº 21, 1951, pp. 15-16.
- ESPLUGUES MOTA, C. A. y PALAO MORENO, G., "Las Comunidades Europeas y la protección de los consumidores", *Revista General de Derecho*, nº 586-587, 1993, pp. 6761-6785.
- EUDE, J.C., "La CEE et le tourisme", *Les Cahiers d'Espaces*, nº 13, 1989, pp. 7-15.
- FALKENSTEIN, H., "Nuevos medios y tecnologías de distribución en el sector turístico. ¿Amenazas u oportunidades para las agencias de viajes minoristas?", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 134, 1997, pp. 23-34.
- FELIÚ REY, M. I., "La responsabilidad de organizadores y detallistas", *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, pp. 171-177.
- FELIÚ REY, M. I., "Cesión de reserva y overbooking", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLAS MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 57-69.
- FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, J., *Curso de Derecho Administrativo Turístico*, Madrid, 1974.
- FERNÁNDEZ DE GATTA SÁNCHEZ, D., "La política turística de la Unión Europea", *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, pp. 15-50.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Teoría y técnica del Turismo*, Madrid, 1984.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Geografía general del Turismo de masas*, Madrid, 1991.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Historia general del turismo de masas*, Alianza, Madrid. 1991.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, L., *Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo*, Madrid, 1991.
- FERNÁNDEZ MARCOS, A., *Organización turística*, Madrid, 1981.

- FERREIRO PIÑEIRO, J. A., "Turismo y sociedad", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 267-280.
- FIGUEROLA PALOMO, M., *Manual de Economía Turística*, Madrid, 1992.
- FIGUEROLA PALOMO, M., "La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)", *Historia de la Economía del Turismo en España*, dir. PELLEJERO MARTÍNEZ, C., Madrid, 1999, pp. 77-133.
- FIGUEROLA PALOMO, M., "Aspectos macroeconómicos del turismo en España", *Turismo y Medio Ambiente*, ed. BUENDÍA AZORÍN, J. D. y COLINO SUEIRAS, J., Madrid, 2001, pp. 159-189.
- FLAQUER RIUTORT, J., "La Ley General de Turismo de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico, Málaga, 2000)* coord. AURILOLES MARTÍN, A. Sevilla 2000, pp. 59-72.
- FONT GALÁN, J. I., "El Derecho del consumidor entre Códigos y Constitución: lugar de encuentro del Derecho Civil y Mercantil", *Curso sobre el Nuevo Derecho del Consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, pp. 39-53.
- FONT GALÁN, J. I., "El tratamiento jurídico de la publicidad en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios", *Curso sobre el Nuevo Derecho del Consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, pp. 55-100.
- FONT GALÁN, J. I., "La protección de los consumidores en el Derecho Privado: del viejo Derecho de los comerciantes al nuevo Derecho de los consumidores", *Curso sobre el Nuevo Derecho del Consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, pp. 13-37.
- FONT I LLOVET, T. y PERDIGÓ I SOLÁ, J., "Comentario al art. 14 de la LGDCU", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 430-445.
- FUERTES EUGENIO, A. M. y MOLINA PUERTAS, C. A., "Parques Temáticos y especialización del territorio: el caso de Terra Mítica (Benidorm)", *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 529-550.
- GARCÍA BRERA, M. A., "Reflexiones sobre la sustantividad del Derecho Turístico", *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA

- ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1999, pp. 9-13.
- GARCIA CANTERO, G., "Comentario al art. 11 de la LGDCU", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 356-393.
- GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, A., "La protección de los consumidores en al CEE", *Estudios sobre Consumo*, nº 17, 1990, pp. 103-120.
- GARCÍA GARCÍA, L. M., "La reparación del daño por productos. Introducción", *Derechos de los Consumidores y usuarios (Doctrina, normativa, jurisprudencia, formularios)*, dir. DE LEÓN ARCE, A., Valencia, 2000, pp. 710-880.
- GARCÍA MACHO, R., "La legislación turística: naturaleza jurídica; relaciones entre derecho estatal, autonómico y local", *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. RECALDE CASTELLS, A. y GARCÍA MACHO, A., Valencia, 2000, 19-40.
- GARCÍA RUBIO, M. P., *La responsabilidad contractual de las Agencias de Viajes (en el contrato de viaje combinado)*, Madrid, 1999.
- GARRIGUES DÍAZ-CAÑABATE, J., *Instituciones de Derecho Mercantil*, Madrid, 1953.
- GARRIGUES DÍAZ-CAÑABATE, J., *Tratado de Derecho Mercantil*, Tomo III 1º, Madrid, 1963.
- GARRIGUES DÍAZ-CAÑABATE, J., *Curso de Derecho Mercantil*, Madrid, 1976.
- GHESTIN, "Conformité et garanties dans la vente", *Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence*, Paris, 1983, pp. 227-245.
- GÓMEZ CALERO, J., *Los Derechos de los Consumidores y Usuarios*, Madrid, 1994.
- GÓMEZ CALERO, J., *Régimen jurídico del contrato de viaje combinado*, Madrid, 1997.
- GÓMEZ CALLE, E. *El contrato de viaje combinado*, Madrid, 1998.
- GÓMEZ DE LA CRUZ TALEGÓN, C., "Normativa comunitaria en materia turística y su aplicación por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLAS MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp 37-53.

- GONDRA, J. M., "Integración económica e integración jurídica en el marco de la Comunidad Económica Europea", *Tratado de Derecho Comunitario Europeo, I*, dir. GARCIA de ENTERRÍA, Madrid, 1986, pp. 100-157.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, B., "Reflexiones sobre la exigencia de forma jurídica específica para las Agencias de Viajes" *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 385-397.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M. B., "Revisión del ámbito de aplicación objetivo de la normativa sobre viajes combinados", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico Málaga 2000)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, p. 243-251.
- GONZÁLEZ GARCÍA L. y MORA SÁNCHEZ, A., "La demanda de características de los servicios turísticos", *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 103-120.
- GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Art. 5. Requisitos de incorporación", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 154-155.
- GONZÁLEZ PACANOWSKA, I., "Disposición adicional primera. Dos: Art. 10.1 a) y b) LGDCU", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 669-683.
- GONZÁLEZ SORIA, J., "Tour operadores", *50 años del Turismo español.*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999 pp. 845-865.
- GUIBILATO, G., *Economie Touristique*, Suiza, 1983.
- GUILLÉN CARAMÉS, J., "Perspectivas de la política comunitaria de protección de los consumidores: reflexiones a propósito de la reestructuración de la Dirección General de política de los consumidores y de protección de la salud", *Estudios sobre Consumo*, nº 47, 1998, pp. 51-63.
- GUILLÉN GALINDO, M. A., "La distribución de competencias en materia turística entre el Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales. Especial referencia a las Comunidad Valenciana", *Turismo I Congreso Universidad y Empresa 1999 (Organización administrativa, calidad de servicios y competitividad empresarial)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 1999, p. 37-60.
- GUISASOLA LERMA, C., "Turismo cultural y preservación del patrimonio

- histórico y su entorno", *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 699-719.
- GUZMAN ZAPATER, M., "El Acta Única Europea, la concreción del mercado interior y la protección de los consumidores: algunos problemas fundamentales", *La Ley Comunidades Europeas*, suplemento nº 33, p. 3-5.
- HANDSZUB, H., "La protección del turista en el programa de la Organización Mundial del Turismo (OMT): sus posibilidades y sus limitaciones", *Turismo y Defensa del Consumidor, Jornadas Jurídicas*, Palma de Mallorca, 1991, pp. 45-55.
- HELOIRE, M.-Ch "Politique communautaire à l'égard des consommateurs: les conditions d'une impulsion nouvelle", *Revue européenne de droit de la consommation*, 1987, nº 1, pp. 3-15.
- HERNÁNDEZ ARMAND, L., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., ., "La naturaleza, actividad y clasificación de las agencias de viajes", *Cuadernos de Turismo*, nº 1, 1998, pp. 73-90.
- HERRERA y ESTEBAN, L., "La expansión (1962-1972)", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 71-104.
- HIDALGO MORATAL, M., "Aspectos macroeconómicos del turismo", *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 157-179.
- HIPPEL, E., *Verbraucherschutz*, Tübingen, 1986.
- HUALDE MANSO, M. T., *El transporte de viajeros por carretera*, Pamplona, 1995.
- HUÉSCAR MARTÍNEZ, A., "Nuevo Marco Conceptual del Turismo", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 117, 1993, pp. 23-48.
- JIMÉNEZ BLANCO, G., "Contratos Turísticos, viajes de estudios al extranjero, catering, engineering, merchandising" en *Cuadernos de Derecho Judicial*, Madrid, 1997, pp. 193-222.
- JIMÉNEZ MORENO, F. J., *Apuntes de Introducción al Turismo*, Ávila, 1997.
- JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G., *Derecho Mercantil*, Barcelona, 1999.
- JORDANO FRAGA, F., *La responsabilidad del deudor por los auxiliares que utiliza en el cumplimiento*, Madrid, 1994.

- KOTLER, P., *Mercadotecnia para hotelería y turismo*, 1998.
- KRÄMER, L., *EEC Consumer Law*, Bruxelles, 1986.
- LACRUZ BERDEJO, "El acceso de los consumidores a la justicia en la Ley General para su defensa", *Estudios sobre Consumo*, nº extraordinario, 1987, pp. 109 y 117.
- LANQUAR, R., *Agences et associations de voyages*, Paris, 1986.
- LANQUAR, R., *Le Tourisme International*, Paris, 1986.
- LANQUAR, R., *La Economía del Turismo*, Barcelona, 1991.
- LASARTE ÁLVAREZ, C., "Artículo 149.1.2ª., 6ª., 8ª. y 9ª. Materias reservadas a la competencia del Estado", *Comentarios a la Constitución Española de 1978*, dir. ALZAGA VILLAAMIL, O., Tomo XI arts. 143 a 158, Madrid, 1996, pp. 197-235.
- LASARTE ÁLVAREZ, C., "Protección del consumidor y carácter vinculante del folleto informativo en los viajes combinados. (En torno a la Ley 21/1995, de 6 de julio, y la jurisprudencia precedente)", *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, nº 643, 1997, p. 2197-2214.
- LASARTE ÁLVAREZ, C., "Contratos turísticos, protección del turista y Ley 7/1998 de 13 de abril sobre Condiciones Generales de la Contratación", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 19-36.
- LAVAUUR, L., "Glosario histórico del término turístico", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 15, 1967, pp. 33-83.
- LEIPER, N., "Tourist attraction systems", *Annals of Tourism Research*, nº 17, 1990, pp. 367-384.
- LEMA DEVESA, C., "La protección del consumidor en la Ley General de Publicidad", *Curso sobre el Nuevo Derecho del Consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, pp. 103-118.
- LEVY, L y ANDERSSON, L. (1980), *La tensión psicosocial. Población, ambiente y calidad de vida*. México: El Manual Moderno.
- LIROLA DELGADO, I., "Reflexiones en torno a una política comunitaria del turismo", *Revista de Instituciones Europeas*, nº 3, 1988, pp. 807-820.
- LOZATO GIOTART, J. P., *Géographie du Tourisme*, París, 1985.
- LUENGO YUSTE, J., *Legislación Turística y Derecho Administrativo*, Madrid,

1992.

MALARET I GARCIA, E., "Comentario al art. 4 de la LGDCU", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 96-107.

MANIET, F., "La tutela del turista nei principali paesi europei", *La tutela del turista*, dir. SILINGARDI, G. y ZENO-ZENOVICH, V., Napoli, 1993, pp. 53-72.

MÁRQUEZ LOBILLO, P., "La celebración del contrato de viaje combinado a través de Internet", *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico, Málaga, 2000)* coord. AURILOLES MARTÍN, A. Sevilla 2000, pp. 271-279.

MARTÍN BERNAL, J. M., "El arbitraje como defensa de los consumidores y usuarios en España y en el Derecho Comunitario", *Estudios sobre Consumo*, nº 45, 1998, pp. 67-82.

MARTÍN BERNAL, J. M., "¿El sector del turismo como rama independiente del ordenamiento?", *Actualidad Administrativa*, nº 31, 2001, pp. 1101-1115.

MARTÍN CASALS, M., "La responsabilidad civil derivada del contrato de viaje combinado", *Revista General de Derecho*, nº 658-659 julio-agosto, 1999, 9405-9443.

MARTÍN CASALS, M., "Las condiciones generales del contrato de viaje combinado", en *Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 2000)*, coord. AURILOLES MARTÍN, A., Sevilla, 2000, pp. 3-30.

MARTÍN CASALS, M., "Las condiciones generales del contrato de viaje combinado", *Comentarios a la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación*, coord. ALFARO AGUILA-REAL, J., Madrid, 2002, pp. 1389-1425.

MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., "Disposición adicional primera. Uno: Art. 2.1 b) LGDCU", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord.. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 665-696.

MARTINEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, "Comentario al art. 2 de la LGDCU", en *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord.. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp. 46-47.

MARTÍNEZ DE AGUIRRE Y ALDAZ, C., *Derecho Comunitario y Protección de los Consumidores*, Madrid, 1990.

- MARTÍNEZ ESPÍN P., "Daño moral por incumplimiento del contrato de viaje. Comentario a la sentencia de la AP de Badajoz de 6 de septiembre de 1995", *Poder Judicial*, nº 40, 1995, pp. 411-424.
- MARTÍNEZ ESPÍN, P., "Notas a la Ley 21/1995, de 6 de julio, reguladora de los viajes combinados", *Revista de Derecho Privado*, junio de 1996, pp. 464-479.
- MARTÍNEZ ESPÍN, P., *El contrato de viaje combinado (Antecedentes, Derecho comparado, Estudio normativo y Jurisprudencial)*, Universidad de Castilla la Mancha, 1999.
- MARTÍNEZ NADAL, A., *El contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de contingente*, Barcelona, 1995.
- MATEU ISTURIZ, J. F., CEPAS PALANCA, R. y PEDERNAL PECES, M. J., *La Protección de los Consumidores y el Medio Ambiente en la Comunidad Europea*, Madrid, 1986.
- MATHEINSON, A. and WALL, G., *Tourism. Economic, Phisycal and Social Impacts*, UK, 1982.
- MELGOSA ARCOS, F. J., "Turismo de salud: termalismo y balnearios", *Turismo, III Congreso Universidad y Empresa (Municipios turísticos, Tributación y contratación empresarial. Formación y gestión del capital humano)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 359-385.
- MÉNDEZ PINEDO, E., *La protección de los consumidores en la Unión Europea. (Hacia un Derecho procesal comunitario de consumo)*, Madrid, 1999.
- MICKLITZ, H. W. y WEATHERILL, ST., "Consumer Policy in the European Community: Before and After Maastrich", *Journal of Consumer Policy*, nº 16, 1993, p. 285, y 321.
- MINERVINI, "Il contratto turistico", *Rivista di Diritto Commerciale*, nº 9-10, 1974, pp. 275-285.
- MONTANER MONTEJANO, J., *Estructura del mercado turístico*, Barcelona, 2001.
- MORANT MORA, A., MONFORT MIR, V. M. y IVARS BAIDAL, J., "Oferta turística", *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 123-154.
- MORENO CÁNOVES, A., *Régimen jurídico del litoral*, Madrid, 1990.
- MORENO QUESADA, B., *La oferta de contrato*, Madrid, 1963.

- MORÉRE MOLINERO, N., "Turismo cultural", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 721-736.
- MORILLAS JARRILLO, M. J., "La protección de los consumidores en el Tratado de la Unión Europea", *Actualidad Civil*, nº 30, 1994, pp. 571-599.
- MUNFORD, L., *Técnica y Civilización*, Madrid, 1971.
- MUÑOZ MACHADO, S. y JIMÉNEZ BLANCO, A., "La protección de la salud de los consumidores", *Estudios sobre Consumo*, nº 3, 1984, pp. 43-63.
- MUÑOZ ESCALONA, F., "Tour operadores y producción de turismo", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 108, 1990, pp. 91-121.
- MUÑOZ MARTÍN, J. C., "La Directiva sobre viajes combinados y el Derecho español", *Noticias de la Unión Europea*, nº 123, 1995, pp. 85-91.
- NAVARRO MUNUERA, A., "Comentario al art. 3 de la LGDCU", *Comentarios a la Ley general de consumidores y usuarios* coord. BÉRCOVITZ R. y SALAS J., Madrid, 1992, pp. 79-93.
- OLIVARES D'ANGELO y PÉREZ BEVIA, "La condición jurídica del turista", *Aspectos jurídico administrativos del turismo Primer Congreso Italo-español de profesores de Derecho administrativo*, Sevilla, 1966, pp. 243-301.
- ORTEGA MARTÍNEZ, E., "La economía del golf. Su evolución en el mundo y en España", *Estudios Turísticos*, nº 114, 1992, pp. 19-40.
- ORTELLS RAMOS, M., "Una tutela jurisdiccional adecuada para los casos de daños a los consumidores", *Estudios sobre Consumo*, nº 16, 1989, pp. 177-190.
- ORTÍ VALLEJO, A., "Comentario al art. 13.1 LGDCU", *Comentarios a la Ley general de consumidores y usuarios*, coord. BÉRCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 397-423.
- PACI, E., "¿Qué es una cuenta satélite de turismo?", *Noticias OMT*, noviembre, 1998, pp. 5-6.
- PAGADOR LÓPEZ, J., *La Directiva comunitaria sobre cláusulas contractuales abusivas*, Madrid, 1998.
- PAGADOR LÓPEZ, J., *Condiciones generales y cláusulas contractuales predispuestas (Ley de condiciones generales de la contratación)*, Madrid, 1999.
- PAGADOR LÓPEZ, J., "Requisito de incorporación de las condiciones generales

- y consecuencias negociales", *Condiciones generales de la contratación y cláusulas abusivas*, dir. NIETO CAROL, U., Valladolid, 2000, p. 221-300.
- PANTALEÓN PRIETO F., "El sistema de responsabilidad contractual (Materiales para un debate)", *Anuario de Derecho Civil*, 1991, pp. 1019-1091.
- PARRA LÓPEZ, E., "El poder de las agencias de viajes en la distribución del producto turístico", *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 181-196.
- PARRA LUCÁN, M. A., *Daños por productos y protección del consumidor*, Madrid, 1990.
- PASQUAU LIAÑO, M., "Comentario al art. 8 LGDCU" en *Comentarios a la Ley general de consumidores y usuarios*, coord. BERCOVITZ R. y SALAS HERNÁNDEZ J., Madrid, 1992, pp. 139-175.
- PEARCE, P. L., *The social psychology of tourist behaviour*. Oxford, 1982.
- PEARCE, P. L., "A systematic comparison of travel-related roles", *Humans relations*, nº 38, 1985, pp. 1001-1011.
- PEDREÑO MUÑOZ, A., "El turismo en el análisis económico", *Introducción a la Economía del Turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 19-42.
- PEINADO GRACIA, J. I., "El pretendido Derecho de los consumidores y el sistema", *Revista de Derecho Mercantil* nº 224, 1997, pp. 797-855.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, C., "Antecedentes históricos del turismo en España: de la Comisión Nacional al Ministerio de Información y Turismo (1900-1950)", *Historia de la Economía del Turismo en España*, dir. PELLEJERO MARTÍNEZ, C., Madrid, 1999, pp. 21-74.
- PELLEJERO, MARTÍNEZ, C., "La promoción del turismo en España durante la primera mitad del siglo XX: el papel del Estado", *Información Comercial Española*, nº 730, pp. 127-146.
- PENDÓN MENÉNDEZ, M. A., "Viajes Combinados", *Comercio electrónico y protección de los consumidores*, dir. ILLESCAS ORTIZ, R., Madrid, 2001, pp. 879-924.
- PÉREZ ÁLVAREZ, F., *Protección penal del consumidor, salud pública y alimentación*, Barcelona, 1991.

- PÉREZ CONESA, C., "Comentaio a la Disposición adicional 1ª V 27ª LGDCU", *Comentarios a la Ley de Condiciones Generales de Contratación*, coord. BÉRCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., Navarra, 1999, pp.1257-1272.
- PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., *Los contratos celebrados con las Agencias de Viajes (Ensayo para un estudio de su régimen jurídico)*, Málaga, 1973.
- PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., "Bases para la construcción de un nuevo Derecho Turístico" en *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 196-197.
- PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, A., "Los contratos turísticos", *Curso de Derecho Mercantil*, vol. II, dir. URÍA, R., y MENÉNDEZ, A., Madrid, 2001, pp. 275-296.
- PÉREZ GARCÍA, P. A., *La información en la Contratación Privada*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990.
- PÉREZ GUERRA, R. y CEBALLOS MARTÍN, M. M., "A vueltas con el régimen jurídico-administrativo de la distribución de competencias en materia de Turismo y de otros títulos que inciden directamente sobre el mismo: el ejercicio de las competencias turísticas por la Comunidad Autónoma andaluza", *Revista Andaluza de Administración Pública*, nº 27, 1996, pp. 95-169.
- PÉREZ MORIONES, A., *El contrato de gestión hotelera*, Valencia, 1998.
- PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., *El contrato de seguro. Interpretación de las condiciones generales*, Granada, 1993.
- PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, J. L., "Arrendamientos mercantiles", *Derecho Mercantil*, vol. II, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Barcelona, 2002, pp. 540-569.
- PINOCHET OLAVE, R., *Contratos electrónicos y defensa del consumidor*, Madrid. 2001.
- PUDNEY, J., *The Thomas Cook story*, Stuttgart, 1953.
- PULIDO BEGINES, J. L., "Régimen jurídico de los cruceros turísticos: disciplina, normativa y elementos personales", *Separata del Anuario de Derecho Marítimo*, vol. XVII, pp. 83-125.
- PULIDO QUECEDO, M., "Comentario al art. 18 de la LGDCU", *Comentarios a la Ley General de Defensa de los Consumidores y usuarios*, coord. BÉRCOVITZ, R. y SALAS, J., Madrid, 1992, pp. 470-483.

- QUESADA, E., "Los 90. Hacia el nuevo milenio", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 153-165.
- QUINTANA CARLO, I., "La protección del consumidor como turista", *Estudios sobre Consumo*, nº 2, 1984, pp. 65-86.
- QUINTANA CARLO, I., "La responsabilidad del empresario de servicios en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios", *Estudios sobre Consumo*, número extraordinario, noviembre 1987, pp. 49-62.
- QUINTANA CARLO, I., "La protección de los consumidores en España (Aspecto comparativo con la Comunidad Económica Europea)", *Actualidad Civil*, nº 13, 1987, p. 805.
- QUINTANA CARLO, I., "La adaptación del Derecho español a la normativa europea sobre viajes combinados", *Turismo y Defensa del Consumidor, Jornadas Jurídicas*, Palma de Mallorca, 1991, 115-134.
- QUINTANA CARLO, I. y SÁNCHEZ GIL, O., *Legislación turística básica*, Madrid, 1997.
- QUINTELA GONÇÁLVES, M. A., "El principio de defensa de los consumidores y usuarios en el ordenamiento jurídico español", *Estudios sobre Consumo*, nº 8, 1986, p. 13-33.
- QUINTELA GONÇÁLVES, M. T., *La protección de los consumidores y usuarios y la Constitución española de 1978*, Madrid, 1986.
- RECALDE CASTELLS, A., "Las agencias de viajes", *Lecciones de Derecho del Turismo*, dir. GARCÍA MACHO, A. y RECALDE CASTELLS, A., Valencia, 2000, pp. 157-181.
- REYES LÓPEZ, M. J., "Algunas reflexiones sobre el Derecho del Consumo y la Directiva 374/85 sobre responsabilidad por productos defectuosos", *Revista General de Derecho*, nº 556-557, 1991, pp.15-57.
- REYES LÓPEZ, M. J., "El carácter vinculante de la oferta y de la publicidad en el artículo 8 de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios", *Estudios sobre Consumo*, nº 43, 1997, pp. 63-81.
- RIVERO ALEMÁN, S., *Seguro turístico y de asistencia en viaje. Ordenación y contratación*, Barcelona, 1998.
- RIGHI, L., "La dimensione comunitaria del turismo ed il suo impatto sull'ordinamento italiano: profili giuspubblicistici", *La tutela del turista*, dir. SILINGARDI, G. y ZENO-ZENOVICH, V., Napoli, 1993, pp. 73-91.

- ROBLES ÁLVAREZ de SOTOMAYOR, A., *El contrato de viaje combinado (el "forfait")*, Madrid, 1966.
- ROBLES ÁLVAREZ DE SOTOMAYOR, A., "El Derecho Turístico" en *Estudios de Derecho Mercantil en homenaje al profesor Antonio Polo*, Madrid, 1981, p. 921.
- ROCA ROCA, E., CEBALLOS MARTÍN, M. M., PÉREZ GUERRA, R., *La regulación jurídica del Turismo en España*, Almería, 1998.
- RODRÍGUEZ ARTIGAS, F., "El ámbito de aplicación de la Ley 7/1998, de 13 de abril, de condiciones generales de la contratación" en *Las condiciones generales de la contratación y la Ley 7/1998, de 13 de abril*, ed. ESPIAU ESPIAU, S., Barcelona, 1999, pp. 50-92.
- ROJO FERNÁNDEZ-RIO, A., "La responsabilidad civil del fabricante en el Derecho español y en la Directiva 85/354/CEE", *Curso sobre el Nuevo Derecho del Consumidor*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, 1990, pp. 137-169.
- ROSSEL RECASENS, J. M., "Turismo de litoral", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 639-651.
- RUBIO GIL, A., "Producto turístico: marco conceptual y nuevos patrones de consumo", *Estudios sobre Consumo*, nº 37, 1996, pp. 49-57.
- RUIZ BAUDRIHAYE, J., "El turismo cultural. Luces y sombras", *Revista de Estudios Turísticos*, nº 134, 1997, pp. 43-54.
- RUIZ MUÑOZ, M., "Guía explicativa de la Ley de viajes combinados", *Estudios sobre consumo*, nº 37, 1996, pp. 103-115.
- RUIZ MUÑOZ, M., "La contratación electrónica", *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1997, pp. 37-43.
- RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad civil del empresario/fabricante (I)", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, ob. cit., p. 508-531.
- RUIZ MUÑOZ, M., "Introducción a la protección jurídica de los consumidores", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, pp. 3-26.
- RUIZ MUÑOZ, M., "Contratos de prestación de servicios turísticos de viajes combinados", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, pp. 274-295.

- RUIZ MUÑOZ, M., "Responsabilidad contractual de las Agencias de Viajes: organizadores y detallistas", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 77-82.
- SALVADOR CORDECH, P. y RUIZ GARCÍA, J. A., "Artículo 6. Reglas de interpretación" *Comentarios a la Ley sobre Condiciones Generales de la Contratación*, coord. ALFARO AGUILA-REAL, J., Madrid, 2002, pp. 384-408.
- SAN JULIÁN PUIG, V., "Contratos Turísticos", *Contratos Mercantiles*, tomo I, dir. DE LA CUESTA RUTE, J. M., 2001, Barcelona, pp. 469-499.
- SAN MARTÍN GARCÍA, J. E., *Psicosociología del ocio y del turismo*, Málaga, 1997.
- SÁNCHEZ CALERO, F., *Instituciones de Derecho Mercantil*, Tomo II, Madrid, 2002.
- SÁNCHEZ RUIZ, I., "Medidas legales para la protección del consumidor contra el riesgo de insolvencia del organizador y/o detallistas", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 429-440.
- SANTOS ARREBOLA, J. L., "Las nuevas tendencias de los consumidores turistas", *Estudios sobre Consumo*, nº 23, 1992, pp. 29-36.
- SANTOS BRIZ, J., *La responsabilidad civil. Derecho sustantivo y Derecho procesal*, Madrid, 1993.
- SANTOS MORÓN, M. J., "El folleto o programa informativo y la forma del contrato de viajes combinados", *Estudios sobre Consumo*, nº 42, 1997, pp. 23-38.
- SANTOS MORÓN, M. J., "Información precontractual, forma y prueba del contrato", *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*, coord. BOTANA GARCIA, G. y RUIZ MUÑOZ, M., Madrid, 1999, pp. 136-161.
- SEOANE YERZA, A., "Parques temáticos como nuevo producto turístico", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 781-795.
- SMITH, S. L., "Defining tourism: a supply-side view", *Annals of Tourism Research*, nº 15, 1988, pp. 179-190.
- SORET LAFRAYA, P., "Turismo rural y de naturaleza", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 721-736.

- STAVRAKIS, D., *Le phénomène touristique international*, Paris, 1979.
- TATO PLAZA, A., "Régimen jurídico de la publicidad en el sector turístico", *II Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1997, pp. 67-77.
- TEROL GÓMEZ, R., "La ordenación de la agencias de viajes. La nueva regulación de la Comunidad Valenciana", *Estudios Turísticos*, nº 135, 1998.
- TONNER, K., "Politique du tourisme de l'Union européenne et protection des consommateurs", *Revue Européenne de Droit de la Consommation*, 1998, nº 11, p. 26-41.
- TORRES LANA, J. A., "La problemática jurídica del turista i el turisme", *Llibre Blanc del Turisme a les Balears*, t. II, Palma de Mallorca, 1987, pp. 248-260.
- TORRES LANA, J. A., "La integración de la publicidad en la oferta contractual turística", *Turismo y defensa del consumidor, Jornadas Jurídicas*, Palma de Mallorca, 1991, p. 73-88.
- TUR FAÚNDEZ, M. N., "El contrato de viaje combinado; notas sobre la Ley 21/1995 de 6 de julio de regulación de los viajes combinados", *Aranzadi Civil*, 1996, pp. 209-231.
- TUR FAÚNDEZ, M. N., "Deberes de información y documentación", *Turismo y comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*, dir. CAVANILLAS MÚGICA, S, Granada, 2001, p.31-88.
- URÍA IGLESIAS, L., *Derecho Mercantil*, Madrid, 2001.
- URÍA IGLESIAS, L., "La responsabilidad de las agencias de viajes", *IURIS*, nº 41, 2000, pp. 24-33.
- VALDÉS PELÁEZ, L., "Actuaciones en materia turística de la Unión Europea", *Turismo y promoción de destino turísticos: implicaciones empresariales*, Oviedo, 1996, pp. 317-335.
- VALDÉS PELÁEZ, L., "Turismo, desarrollo y sostenibilidad", *Turismo y Medio Ambiente*, ed. BUENDÍA AZORÍN, J. D. y COLINO SUEIRAS, J., Madrid, 2001, pp. 19-48.
- VALDÉS PELÁEZ, L. y DEL VALLE TUERO, E. A., "Experiencias comparadas de turismo rural en España", *Turismo, II Congreso Universidad y Empresa (Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza)*, dir. BLANQUER CRIADO, D., Valencia, 2000, pp. 575-600.

- VALENZUELA GARACH, F., "Contratos bancarios de pasivo", *Derecho Mercantil*, vol. II, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Barcelona, 2002, pp. 464-481.
- VALENZUELA GARACH, F., "Arrendamientos mercantiles", *Lecciones de Derecho Mercantil*, coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. J., Madrid, 2002, pp. 486-511.
- VASALLO TOMÉ, I., "Crisis y consolidación (1972-1982)", *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999, pp. 105-124.
- VATTIER FUENZALIDA, C., "El agricultor ante la Ley de Protección al Consumidor", *Revista de Derecho Agrario y Alimentario*, nº 3-4, 1986, pp. 9 y 15.
- VATTIER FUENLAZIDA, C., "El turismo y los contratos de adhesión", *III Jornadas sobre Derecho y Turismo*, coord. MELGOSA ARCOS, F. J., Fundación Cultural "Santa Teresa", Ávila, 1995, pp. 81-90.
- VEGA GARCÍA, F. DE LA, *Responsabilidad civil derivada del producto defectuoso. Un estudio de la Ley 22/94 en el sistema de responsabilidad civil*, Madrid, 1998.
- VERA REBOLLO, J. F. y MARCHENA GOMEZ, M., "El modelo turístico español", *Introducción a la economía del turismo en España*, dir. PEDREÑO MUÑOZ, A., Madrid, 1996, pp. 327-364.
- VERA REBOLLO, F., "Turismo y Medio Ambiente", en *50 años del Turismo español*, dir. BAYÓN MARINE, F., Madrid, 1999.
- VICENT CHULIÁ, F., *Compendio crítico de Derecho Mercantil, II*, Barcelona, 1990.
- VICENT CHULIÁ, F., "La cobertura de responsabilidad contractual de las agencias de viajes en los contratos de viajes combinados", *Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico: Málaga 1998-1999)*, coord. AURIOLES MARTÍN, A., Sevilla, 1999, pp. 281-316.
- VICENT CHULIÁ, F. *Introducción al Derecho Mercantil*, Valencia, 2001.
- VIDAL BENEYTO J., "Le tourisme culturel européen et le développement durable" (declaration de Majorque), *Ibidem*, Alicante 1997 pp. 37-39.
- VILA FRADERA, J., *La gran aventura del Turismo en España: vivencias y reflexiones de un observador durante casi medio siglo*, Barcelona, 1997.
- VOGELER RUIZ, C., y HERNÁNDEZ ARMAND, E., *El mercado turístico*.

Estructura, operaciones y procesos de producción, Madrid, 2001.

WEBER, R., "Tourisme culturel et patrimoine", *Patrimonio cultural y sus relaciones con el turismo*, Alicante 7-11 abril 1997, pp. 15-26.

WOLFE, R. I., "Recreational travel: the new migration", *Geographical Bulletin*, nº 2, 1967, pp. 159-167.

YIANNAKIS, A. y GIBSON, H., "Roles tourists play", *Annals of Tourism Research*, nº 19, 1992, pp. 287-303.

ANEXO DOCUMENTAL*

**Anexo I: Condiciones generales del contrato de viaje:
Rhodasol- Tourimar. (Circuitos 1999 y 2000)**

**Anexo II: Condiciones generales del contrato de viaje:
Viva Tours. (Turismo alternativo 2000)**

**Anexo III: Condiciones generales del contrato de
viaje: Condor Vacaciones (Verano 2001)**

**Anexo IV: Condiciones generales del contrato de viaje
de países lejanos: El Corte Inglés (Verano
2002)**

**Anexo V: Condiciones generales del contrato de
viaje: Panavisión (Verano 2001)**

**Anexo VI: Contrato de viaje combinado: Billeto de
Pasaje (Panavisión)**

*En este anexo se recogen los folletos más representativos, ya que en unos casos corresponden a aquellas empresas cuyo volumen de contratación es superior a las demás y en otros porque contienen algunas de las cláusulas analizadas, aunque se han manejado muchos más como se ha puesto de manifiesto en la investigación.

ANEXO I.- RHODASOL TOURIMAR (Circuitos 1999)

CONDICIONES GENERALES DE VIAJE

1. REGULACION JURIDICA APLICABLE Y ACEPTACION DE LAS CONDICIONES

El contrato, de obligado cumplimiento para ambas partes en los términos previstos en el mismo, es instituido por las cláusulas contenidas en las Condiciones Generales publicadas en este folleto, que completan y desarrollan la legislación específica aplicable sin contravenir.

El hecho de adquirir o tomar parte en cualquiera de los viajes publicados en el presente folleto origina la expresa aceptación por parte del consumidor de todos y cada uno de las Condiciones Generales, que se considerarán automáticamente incorporadas al contrato, sin que sea precisa su transcripción escrita individualizada en el mismo. Estas condiciones generales de viaje quedan perfeccionadas por la Ley 21/1995 de 6 de julio, reguladora de los Viajes Combinados.

2. ORGANIZACION

La organización de estos viajes ha sido realizada por RHODASOL/TOURIMAR, C. I. F. A. 50075092, con domicilio en C/so 89-91 C. P. 50001, Zaragoza con Título C.A.A. 12.

3. INSCRIPCIONES Y REEMBOLSOS

En el acto de la inscripción deberá depositarse el 40% del importe total del viaje, no considerándose plaza alguna como comprometida en firme mientras no se efectúe dicho depósito. El 60% restante deberá abonarse, al menos tres días antes de la fecha de salida, considerándose en caso contrario la plaza como anulada, aplicándose, en tal supuesto, las condiciones reseñadas en el apartado anulaciones.

Los precios indicados en este folleto son precios recomendados que tienen incluidos los impuestos indirectos sobre el consumo cuando sean aplicables, que al haber sido calculados en base a las tarifas y cambios de moneda vigentes en la fecha de edición del presente folleto (abril 99) o sus sucesivos y ofertas acogidas al mismo, podrán ser revalorados en el caso de que se produzcan variaciones en el costo de los transportes, incluido el coste de carburante, en las tasas e impuestos relativos a determinadas servicios, y en los tipos de cambio aplicados al viaje. Estas variaciones serán imputadas automáticamente al consumidor, salvo en el caso de que el incremento sea superior al 15% del precio establecido o bien se produzca en los 20 días anteriores a la salida del cliente, lo que obliga a la Agencia a comunicar la variación al consumidor, quien podrá desistir del viaje, con derecho al reembolso de sus pagos, con excepción de la cantidad imputable a gastos de gestión y anulación.

Todos los reembolsos que sean procedentes por cualquier concepto se formalizarán siempre a través de la oficina donde se hubiera realizado la inscripción, no efectuándose devolución alguna por servicios no utilizados voluntariamente por el consumidor.

La Agencia Minorista entregará al cliente un Bonolibro debidamente sellado por la Agencia y firmado por el agente, en el que se especificarán los servicios contratados. El número de localizador, que necesariamente constará en el Bonolibro, constará la reserva por parte de la Agencia Organizadora, no efectuándose aquellos casos en los que la Agencia Minorista incumpla sus obligaciones contractuales para con aquella.

4. NUESTROS PRECIOS RECOMENDADOS INCLUYEN:

1. El transporte de ida y regreso.
 2. Estancia en el establecimiento elegido en el régimen contratado o en otros similares en caso de sustitución, en habitación doble.
 3. Las tasas e impuestos de los establecimientos hoteles.
 4. La asistencia técnica durante el viaje, cuando este servicio esté específicamente incluido.
 5. Todos los demás servicios y complementos que se especifiquen concretamente en los itinerarios correspondientes.
 6. Los impuestos indirectos (I.V.A., I. G. I. C.) cuando éstos sean aplicables.
 7. El seguro de viaje (ver página 9).
- La única interpretación auténtica de los servicios comprendidos en el viaje será la que ofrezca la Agencia Organizadora, lo que significa que el consumidor, en caso de tener alguna duda, deberá de consultar a la misma antes del inicio del viaje, a fin de evitar posteriores reclamaciones. Como norma general, la de seguirse un criterio estricto de literalidad, que conduce a la conclusión de que lo que no está específicamente detallado como comprendido en el precio del viaje, no estará incluido en éste.

5. NUESTROS PRECIOS RECOMENDADOS NO INCLUYEN

Vuelos, tasas de aeropuerto, certificados de vacunación, extras- tales como café, vinos, licores, aguas minerales, regímenes alimenticios especiales, lavado y planchado de ropa, servicios de hotel opcionales, como parking o alquiler de TV, etc.

6. NOTAS IMPORTANTES SOBRE LOS APARTAMENTOS Y LOS HOTELES

Apartmentos. El cliente es plena y exclusivamente responsable de hacer la declaración correcta del número de personas que ha de ocupar la habitación o apartamento (sin omitir los niños), cualquiera que sea su edad, al efectuar su reserva. Se advierte que la administración de los Establecimientos puede legalmente negarse a admitir la entrada de las personas no declaradas, no habiendo lugar a reclamación por esta causa.

Hoteles. La calidad y contenido de los servicios prestados por el hotel vendrá determinada por la categoría turística oficial asignada, y estarán sometidos a control administrativo. Dada la vigente legislación al respecto que establece sólo la existencia de habitaciones individuales y dobles permitiendo que en algunas de estas últimas pueda habilitarse una tercera cama, se estimará siempre que la utilización de la tercera cama se hace con el conocimiento de las personas que ocupan la habitación. Esta última estimación deriva de la circunstancia cierta de haber sido advertidos previamente, así como de figura reflejada la habitación como triple en todos los impresos de reservas y en los billetes y/o documentaciones definitivas de viaje.

HORARIOS. El horario de día de entrada en los hoteles es a partir de las 12:00 horas, y en los apartamentos es a partir de las 17:00 horas. Normalmente las reservas quedan aseguradas hasta las 20:00 horas. Si Ud. prevé su llegada más tarde, le recomendamos que avise directamente al hotel. De no hacerlo, el establecimiento podrá disponer de su habitación o apartamento.

7. SUPLEMENTOS

Cuando los viajeros soliciten, previo pago correspondiente, suplementos que no les puedan ser confirmados definitivamente por la Agencia Organizadora, tales como servicios de habitación individual, vista al mar, baño privado, etc., y éstos no puedan ser facilitados, la Agencia Organizadora no contraerá más responsabilidad que la de reembolsar el importe pagado por tales servicios, que el viajero recibirá al final del viaje.

8. EQUIPAJE

El equipaje del viajero no es objeto de contrato de transporte terrestre, entendiéndose a todos los efectos que aquél lo conserva consigo cualquiera que se le parte del vehículo en que vaya colocado y que se transporta por cuenta y riesgo del viajero, sin que la agencia organizadora venga obligada a responder de la pérdida o daños que el mismo pueda sufrir durante el viaje por cualquier causa, recomendándose a todos los clientes que estén presentes en todas las manipulaciones de carga y descarga de los equipajes. En cuanto al transporte aéreo del equipaje, nos remitimos a las condiciones de las compañías aéreas reguladas por IATA. En el supuesto de sufrir algún daño o extravío se recomienda presentar, en el acto, la oportuna reclamación a la Compañía de Transportes. No obstante nuestra organización tiene contratada una póliza de seguro de equipaje con ELVASEG (ver página 9).

9. CONDICIONES ESPECIALES PARA NIÑOS Y TERCERAS / CUARTAS PERSONAS

La edad de los niños ha de figurar en el bono / billete, ya que, en caso contrario, el hotel podrá reclamar la diferencia entre la tarifa de niño y la tarifa de adulto. El establecimiento puede solicitar justificante de la edad de los niños. Los niños hasta 2 años, salvo indicación en contra, pagarán directamente en el hotel las camas, servicios alimenticios y otros que se soliciten en el hotel.

Los descuentos de niños y terceras / cuartas personas serán aplicables siempre que compartan habitación con otras dos personas.

10. ANULACIONES

En todo momento el usuario o consumidor puede desistir de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiera abonado, tanto si se trata del precio total como del depósito previo anteriormente, pero deberá indemnizar a la agencia por los conceptos que a continuación se indican:

- a) En el caso de servicios sueltos: La totalidad de los gastos de gestión, más los gastos de anulación, si se hubieran producido estos últimos.
- b) En el caso de viajes combinados: Una penalización consistente en el 5% del total del viaje si el desistimiento se produce con más de diez días y menos de quince de antelación a la fecha de comienzo del viaje; el 15% entre los días 5 y 10, y el 25% dentro de las cuarenta y ocho horas anteriores a la salida. De no presentarse a la hora prevista para la salida, no tendrá derecho a devolución alguna de la cantidad abonada, salvo causa de fuerza mayor demostrable o acuerdo entre las partes en otro sentido.

En el caso de que alguno de los servicios contratados y anulados estuviera sometido a condiciones especiales económicas de contratación, tales como: fletes de aviones, buques o autocares, contratación de apartamentos, tarifas especiales, plazas garantizadas de hotel, servicios prestados en determinados países, etc., los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo con las condiciones acordadas entre las partes.

Cuando el consumidor tenga algún impedimento objetivamente justificado para participar en el viaje, podrá ceder su reserva a una persona que reúna todas las condiciones requeridas para el mismo, respondiendo solidariamente y cobrando ante la Agencia del pago del precio, así como de los gastos adicionales causados por la cesión. Para que la cesión sea válida, ha de ser comunicada a la Agencia Organizadora con 10 días de antelación a la salida del viaje; ha de ser aceptada por las empresas prestadoras de los servicios que integran el viaje; y han de satisfacerse los gastos adicionales causados por la cesión.

En caso de abandono del hotel antes de la fecha contratada, la Agencia Organizadora no se compromete a efectuar devolución alguna, salvo recibir escrito del hotel notificando la no facturación de los días no disfrutados. El citado escrito deberá ser solicitado por los clientes en el establecimiento y deberá llevar el sello del mismo.

11. ALTERACIONES

La Agencia se compromete a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados a través de los programas-oferta contenidos en este folleto, con las condiciones y características estipuladas. Quedará excluida de esta obligación cuando concurren causas de fuerza mayor, es decir, circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles, cuyas consecuencias no habrían podido evitarse pese a toda la diligencia empleada, o bien causas suficientes, que engloban aquellos supuestos en los que la Agencia, a pesar de actuar con la previsión y diligencia debidas, no pueda facilitar los servicios contratados por razones que no le sean imputables.

Si se produce la imposibilidad de prestar algún servicio por parte de la Agencia Organizadora después de perfeccionado el contrato, y antes de la salida del viaje, el consumidor tendrá derecho a optar por su sustitución por otro de similares características y calidad; o por la rescisión del contrato, pudiendo elegir entonces entre otro viaje combinado de calidad equivalente o superior en caso de que la Agencia pueda proporcionárselo, o entre el reembolso bruto de cantidad equivalente o superior a su decisión a la Agencia en el plazo de 48 horas hábiles. No se podrá pedir indemnización por incumplimiento de contrato cuando la imposibilidad venga motivada por causas suficientes o de fuerza mayor, o cuando el cliente haya optado por la sustitución del servicio de imposible prestación.

Si por cualquier motivo que no sea imputable al consumidor, ni tenga su justificación en causas suficientes o de fuerza mayor, la Agencia Organizadora cancela el viaje combinado después de formalizado el contrato y antes de la fecha de salida, el cliente tendrá derecho a otro viaje combinado, o al reembolso del total abonado, en los términos establecidos en el párrafo anterior, debiendo comunicar su decisión a la Agencia en el plazo de 48 horas hábiles. No se podrá pedir indemnización por incumplimiento de contrato cuando la cancelación del mismo se produzca por causas suficientes o de fuerza mayor.

Si se produce el incumplimiento o mal cumplimiento de servicios prestados que supongan más del 50% del precio del viaje, que no se encuentre motivado por causas suficientes o de fuerza mayor, la Agencia Organizadora adoptará otras soluciones adecuadas para la continuación del viaje combinado, sin suplemento alguno de precio para el consumidor y, en su caso, abonará a este último el importe de la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas. Si tales soluciones fuesen inviables o si el consumidor no las aceptara por razones objetivamente justificadas, la Agencia le proporcionará, en todo caso, el regreso hasta el punto de origen, devolviéndole las cantidades que proporcionalmente le correspondan. En estas situaciones, el consumidor podrá exigir indemnización por incumplimiento de contrato a la Agencia Organizadora. No procederá la indemnización cuando hayan concurrido causas suficientes o de fuerza mayor.

Cualquier imposibilidad de prestación de los servicios que ponga de manifiesto la Agencia Organizadora al cliente antes del perfeccionamiento del contrato no podrá justificar una solicitud de indemnización a la Agencia por parte del cliente por incumplimiento de contrato, puesto que éste aún no se ha perfeccionado, emendándose dicha modificación del programa-oferta dentro del natural proceso de negociación del mismo.

En conclusión, el consumidor solamente podrá solicitar indemnización a la Agencia Organizadora cuando se haya producido una mala o no ejecución de los servicios que conforman el viaje, o la cancelación motivada por circunstancias distintas a causas de fuerza mayor o a alguna de las causas suficientes que a continuación se enumeran:

- Que las fallas observadas en el viaje, o la cancelación del mismo, sean imputables al consumidor.
- Que las citadas fallas sean imputables a un tercero ajeno al suministro de las prestaciones previstas en el contrato y revistan un carácter imprevisible e insuperable.
- Que las citadas fallas se deban a acontecimientos que la Agencia o el prestador de los servicios, poniendo toda la diligencia necesaria, no pudieran prevenir ni superar.
- Que no se haya alcanzado el número suficiente de inscripciones especificado en las Condiciones del viaje (25 personas), habiéndose notificado la anulación con más de nueve días de antelación a la salida del viaje.

12. RESPONSABILIDAD

La responsabilidad respecto al consumidor por la buena ejecución de las obligaciones derivadas del contrato de viaje combinado recaerá en la Agencia Organizadora de éste, con independencia de que dichas obligaciones las deba ejecutar ella misma u otro prestador de servicios, salvo si dicho incumplimiento se refiere a obligaciones que incumben a la agencia de viajes que vende al consumidor o usuario el viaje combinado, y siempre dentro de los límites establecidos en estas Condiciones Generales y en la legislación aplicable.

Cuando el consumidor aprecie in situ no ejecución o mala ejecución de los servicios contratados integrantes del viaje, deberá notificarlo inmediatamente al prestador de los mismos, y en el plazo de 48 horas hábiles a la Agencia Organizadora, a fin de que ésta tome las medidas pertinentes. La no realización de la comunicación a la Agencia Organizadora supondrá que sea el consumidor quien deba probar el incumplimiento en la ejecución del contrato o, manteniendo, transportes y otros que se originen a consecuencia de retrasos en salidas o regresos de vuelos por causas meteorológicas, técnicas, huelgas u otras de fuerza mayor.

Cuando el viaje se efectúe en autocares propios o alquilados por la Agencia Organizadora, en caso de accidente, cualquiera que sea el país donde se produzca, el viajero se somete expresamente a la legislación en materia de accidentes por carretera de la nación en que se halle materializado el vehículo, pudiendo acogerse, en cuanto a daños personales se refiere, al seguro del mismo de acuerdo con el correspondiente cuadro de indemnizaciones previstas al efecto, y en virtud del cual dichas indemnizaciones serán pagadas a los interesados, beneficiarios o sus representantes legales en el país de matriculación del vehículo y precisamente en la moneda legal del mismo.

13. VIGENCIA

La programación del presente folleto tiene validez desde el 1-V-99 al 30-3-99, siendo vinculante para la Agencia Organizadora durante ese periodo. No obstante, serán válidos los cambios en dicha información cuando se haya comunicado al consumidor antes de la celebración del contrato, o se hayan acordado modificaciones entre las partes contratantes.

14. IMPORTANTE:

- A. Una vez hecha la reserva, cualquier cambio de fecha, hotel, nombre, transporte o de otro índole, tendrá un gasto de gestión mínima de 1.000 pes. Si los gastos de comunicación o de otro tipo, fuesen superiores al importe señalado, se facturarán el importe correspondiente, deduciéndose de la entrega a cuenta.
- B. AIRE ACONDICIONADO: El horario de puesta en funcionamiento de este servicio, depende del establecimiento; si mismo, dicho servicio está sujeto a posibles variaciones, por lo que la Agencia Organizadora, no se responsabiliza del correcto funcionamiento del mismo, a plena discreción del cliente.
- C. COMIDAS: Cuando el régimen sea de PENSIÓN COMPLETA, se servirá desayuno, almuerzo y cena, siendo el primer servicio a facilitar por el hotel la cena y el último el almuerzo del día de salida (salvo que se especifique lo contrario a la hora de efectuar la reserva). En las reservas de MEDIA PENSIÓN se servirá desayuno y cena, salvo acuerdo del cliente directamente con el hotel y excepto en los hoteles que ya viene especificados los servicios a prestar.
- D. Caso de ABANDONO DEL HOTEL ANTES DE LA FECHA CONTRATADA, la Agencia Organizadora, no se compromete a efectuar devolución alguna, salvo recibir escrito del hotel notificando la no facturación de los días no disfrutados. El citado escrito deberá ser solicitado por los clientes en el establecimiento y deberá llevar el sello del mismo.

Edif. Departamento de Programación de RHODASOL/TOURIMAR



RHODASOL TOURIMAR (Circuitos 2000)

CONDICIONES GENERALES DE VIAJE

1.- Regulación jurídica aplicable y aceptación de las condiciones.

El contrato, de obligado cumplimiento para ambas partes en los términos previstos en el mismo, es instituido por las cláusulas contenidas en las Condiciones Generales publicadas en este folleto, que completan y desarrollan la legislación específica aplicable sin contravenir. Se rige por las estipulaciones contenidas en el mismo y se complementa con lo preceptuado en la Ley de Viajes Combinados 21/95 y los reglamentos de las diversas Comunidades Autónomas, actualmente en vigor, sobre Agencias de Viajes a la fecha de edición del folleto, cuya aplicación será en función del ámbito territorial que corresponda, y demás normativa que le sea aplicable.

El hecho de adquirir o tomar parte en alguno de los viajes publicados en el presente folleto origina la expresa aceptación por parte del consumidor de todas y cada una de las Condiciones Generales, que se considerarán automáticamente incorporadas al contrato, sin que sea precisa su transcripción escrita individualizada en el mismo.

2.- Organización

La organización de los viajes ha sido realizada por RHODASOL TOURIMAR, C. I. F. A 50075092, con domicilio en C/so 89-91 C. P. 50001, Zaragoza con Título C.A.A. 12.

3.- Inscripciones y reembolsos

En el acto de la inscripción y sin perjuicio del anticipo que autoriza el artículo 3 de la Ley de Viajes Combinados, la Agencia requerirá al menos un anticipo 40% del importe total del viaje, no considerándose plaza alguna como comprometida en firme mientras no se efectúe dicho anticipo. El 60% restante deberá abonarse, al menos siete días antes de la fecha de salida, pudiéndose considerar en caso contrario la plaza como anulada, aplicándose, en tal supuesto, las condiciones reseñadas en el apartado anulación. La confirmación de la reserva se efectuará a la entrega de los bonos y resto de documentación final del viaje que conforma el contrato.

Los precios indicados en este folleto son por persona, tienen incluidos los impuestos indirectos sobre el consumo cuando sean aplicables y como al haber sido calculados en base a las tarifas y cambios de moneda vigentes en la fecha de edición del presente folleto (marzo 2000) que ha dado origen a este contrato de viajes combinados y/o sus suplementos y ofertas acogidos al mismo podrán ser revisados en el caso de que se produzcan variaciones en el coste de los transportes, incluido el coste de carburante, en las tasas e impuestos relativos a determinados servicios; y en los tipos de cambio aplicados al viaje. Estas variaciones serán imputadas automáticamente al consumidor, salvo en el caso de que el incremento sea superior al 15% o se produzca en los 20 días anteriores a la salida del usuario, lo que obliga a la Agencia Detallista a comunicar la variación al usuario, quien podrá desistirse del viaje, con derecho al reembolso de sus pagos, con excepción a la cantidad imputable a gastos de gestión y anulación.

Todos los reembolsos que sean procedentes por cualquier concepto se formalizarán siempre a través de la Agencia Detallista donde se hubiera realizado la inscripción, no efectuándose devolución alguna por servicios no utilizados voluntariamente por el consumidor.

4.- Nuestros precios por persona incluyen:

1. El transporte de ida y regreso.
2. El alojamiento en habitación doble y/o pensión alimenticia en el régimen contratado en cada caso en los hoteles o establecimientos elegidos o en otros similares en caso de sustitución.
3. Las tasas e impuestos de los establecimientos hoteleros.

4. La asistencia técnica durante el viaje, cuando este servicio esté específicamente incluido.
5. Todos los demás servicios y complementos que se especifican conjeturalmente en los itinerarios correspondientes.
6. Los impuestos indirectos (I.V.A., I.G.I.C.) cuando éstos sean aplicables.
7. El seguro de viaje (ver página 10).

Cuando se realice la contratación del viaje combinado como consecuencia de ofertas especiales, de última hora o equivalentes, a precio distinto del expresado en este folleto, ha de entenderse que los servicios comprendidos son únicamente aquellos que se especifican detalladamente en la oferta, aún cuando, a efectos de información general del destino, dicha oferta haga referencia a alguno de los programas descritos en este folleto.

Como norma general, respecto a la interpretación de los servicios incluidos en el viaje, ha de seguirse un criterio estricto de literalidad, que conduce a la conclusión de que lo que no esté específicamente detallado como comprendido en el precio del viaje, no estará incluido en éste; no obstante, el consumidor en caso de duda deberá consultarla, antes del inicio del viaje y a través de la Agencia Detallista, a la Agencia Organizadora en su calidad de parte ofertante del viaje y única capaz de dar una interpretación real de los servicios comprendidos en el mismo, y a fin de evitar posteriores reclamaciones.

5.- Nuestros precios no incluyen

Visados, tasas de aeropuerto, certificados de vacunación, propinas, «extras» tales como calés, vinos, licores, aguas minerales, regímenes alimenticios especiales, lavado y planchado de ropa, servicios de hotel opcionales, como parking o alquiler de TV, etc., y en general, cualquier otro servicio que no figure expresamente como incluido en el precio.

En el caso de excursiones o visitas facultativas, las cuales no forman propiamente parte del contrato teniendo su publicación en el folleto mero carácter informativo y cuyo precio está expresado con el indicativo de «estimado», quiere decirse que en el momento de contratarse pueden sufrir variaciones sobre sus costes que alteren el precio estimado. Igualmente dichas excursiones, dado su carácter opcional y no sujeto al programa/oferta objeto del presente contrato de viajes combinados, serán ofrecidos al consumidor con sus características específicas y precio definitivo de forma independiente, no garantizando hasta el momento de su contratación la posible realización de los mismos.

6.- Notas importantes sobre los Apartamentos y los Hoteles

Apartamentos.- Al efectuar la reserva, el cliente es plena y exclusivamente responsable de hacer la declaración correcta del número de personas que ha de ocupar el apartamento, sin omitir los niños cualquiera que sea su edad. Se advierte que la administración de los apartamentos puede legalmente negarse a admitir la entrada de las personas no declaradas, no habiendo lugar a reclamación alguna por esta causa. En algunos casos hay posibilidad de habilitar cama/s suplementaria/s o cunas, que deberán ser solicitadas por los clientes antes de perfeccionarse el contrato, y que salvo mención en contrario, no estarán incluidas en el precio publicado del apartamento. En el alquiler de apartamentos, por lo general, ha de suscribirse in situ el correspondiente contrato de arrendamiento según el modelo oficial autorizado. Este contrato, en el que no es parte la Agencia Organizadora, debe ser firmado por el usuario, quien abonará la correspondiente fianza o seguro de responsabilidad civil para responder de los eventuales desperfectos, si aquella es exigida.

La recogida de llaves, normalmente se efectúa en horas de oficina, en la propia conserjería del edificio o en el lugar que se indique en la documentación del programa/oferta, realizándose, como norma general, la entrada a partir de las 17.00 horas del día de llegada y el desalojo sobre las 10 horas del día de salida. No obstante, se recomienda al usuario la reconfirmación a través de la Agencia Detallista del lugar y horarios de recogida de llaves. Dado el peculiar funcionamiento de este tipo de establecimientos, recomendamos muy encarecidamente el riguroso respeto de estos horarios, en evitación de perjuicios e incomodidades muy difíciles de subsanar.

Hoteles.- La calidad y contenido de los servicios prestados por el hotel vendrá determinada por la categoría turística oficial, si la hubiere, asignada por el órgano competente. Dada la vigente legislación al respecto, que establece sólo la existencia de habitaciones individuales y dobles permitiendo que en algunas de estas últimas pueda habilitarse una tercera cama, se estimará siempre que la utilización de la tercera cama se hace con el conocimiento y consentimiento de las personas que ocupan la habitación. Esta táctica estimación deriva de la circunstancia cierta de haber sido advertidos previamente, así como de figurar reflejada la habitación como triple en todos los impresos de reservas y en los billetes y/o documentaciones definitivas de viaje. Igualmente en los casos de habitaciones dobles para uso de hasta cuatro personas cuando así se especifique en la oferta del programa/oferta.

El horario habitual para la entrada y salida en los hoteles está en función del primer y último servicio que el usuario vaya a utilizar. Como norma general, las habitaciones podrán ser utilizadas a partir de las 12 horas del día de llegada y deberán quedar libres antes de las 12 horas del día de salida. Normalmente las reservas quedan aseguradas hasta las 20 horas. Cuando el servicio contratado no incluya el acompañamiento permanente de guía y en el supuesto de que el usuario prevea su llegada al hotel o apartamento reservado en fechas u horas distintas a las reseñadas, es necesario, para evitar problemas y malas interpretaciones, comunicar con la mayor anticipación posible tal circunstancia al hotel o los apartamentos directamente. Igualmente, debe consultarse a la Agencia, en el momento de hacer la reserva, la posibilidad de llevar animales, pues generalmente no son admitidos en los hoteles y apartamentos.

El servicio de alojamiento de hotel se entenderá prestado siempre que la habitación haya estado disponible para el cliente en la noche correspondiente, con independencia de que, por circunstancias propias del viaje combinado, el horario de entrada en el mismo se produzca más tarde de lo inicialmente previsto.

7.- Servicios suplementarios

Cuando los viajeros soliciten, previo pago correspondiente, servicios suplementarios (ej. Habitación vista al mar, Habitación individual, etc.) que no les puedan ser confirmados definitivamente por la Agencia Organizadora dicha Agencia no contraerá más responsabilidad que la de reembolsar el importe pagado por tales servicios. En estos supuestos en los que no se haya podido obtener la confirmación, el usuario podrá optar por desistirse definitivamente del servicio suplementario solicitado recabando el importe pagado o mantener su solicitud que caso de no llegar a buen fin le sería reembolsado al finalizar el viaje, en ambos casos siempre a través de la Agencia Detallista.

8.- Equipajes

A todos los efectos y en cuanto al transporte terrestre se refiere, se entenderá que el equipaje y demás enseres personales del usuario los

conserva consigo, cualquiera que sea la parte del vehículo en que vayan colocados y que se transporta por cuenta y riesgo del usuario, sin que la Agencia Organizadora venga obligada a responder de la pérdida, robo, o daños que el mismo pudiera sufrir durante el viaje por cualquier causa, incluida la manipulación en traslados. Se recomienda a los usuarios que estén presentes en todas las manipulaciones de carga y descarga de los equipajes. En cuanto al transporte aéreo, marítimo o fluvial del equipaje, son de aplicación las condiciones de las compañías transportadoras, siendo el billete de pasaje el único contrato vinculante entre las citadas compañías y el pasajero. En el supuesto de sufrir algún daño o extravío, se recomienda presentar, en el acto, la oportuna reclamación a la Compañía de Transportes.

No obstante, nuestra organización tiene contratada una póliza de seguro de equipaje con la Compañía Europea de Seguros (ver página 10).

9.- Condiciones económicas especiales para niños y 3ª persona.

Dada la diversidad del tratamiento aplicable a los niños, dependiendo de su edad, del proveedor de servicios y de la fecha del viaje, se recomienda consultar siempre el alcance de las condiciones especiales que existan y que en cada momento serán objeto de información concreta y detallada. En general, en cuanto al alojamiento, serán aplicables siempre que el niño comparta habitación con dos adultos, al igual que la aplicación del descuento sobre la tercera persona. En lo referente a estancias de menores en el extranjero se estará a la información facilitada puntualmente para cada caso y a lo que pueda constar en la documentación final del viaje.

La edad de los niños ha de figurar en el bono/billete, ya que, en caso contrario, el hotel podrá reclamar la diferencia entre la tarifa de niño y la tarifa de adulto. El establecimiento puede solicitar justificante de la edad de los niños. Los niños hasta 2 años, salvo indicación en contra, pagarán directamente en el hotel las cunas, servicios alimenticios y otros que se soliciten en el hotel.

10.- Anulaciones y cesiones

En todo momento el usuario o consumidor puede desistirse de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiera abonado, tanto si se trata del precio total como del anticipo previsto anteriormente, pero deberá indemnizar a la agencia por los conceptos que a continuación se indican:

a) En el caso de servicios sueltos:

La totalidad de los gastos de gestión, más los gastos de anulación, si se hubieran producido estos últimos.

b) En el caso de viajes combinados:

1) Los gastos de gestión, más los gastos de anulación, si los hubiere.

2) Una penalización consistente en el 5% del total del viaje si el desistimiento se produce con más de diez días y menos de quince de antelación a la fecha de comienzo del viaje; el 15% entre los días 3 y 10, y el 25% dentro de las cuarenta y ocho horas anteriores a la salida; De no presentarse a la hora prevista para la salida, no tendrá derecho a devolución alguna de la cantidad abonada, salvo acuerdo entre las partes en otro sentido.

El consumidor del viaje combinado podrá ceder su reserva a una tercera persona siempre que lo comunique con quince días de antelación a la fecha de inicio del viaje.

El cesionario tendrá que reunir los mismos requisitos que tenía el cedente, exigidos con carácter general para el viaje combinado, y ambos responderán solidariamente ante la Agencia de Viajes del pago del precio del viaje y de los gastos adicionales de la cesión.

Cuando por el tipo de tarifa o características propias del medio de transporte a utilizar, o cuando las características de los servicios a realizar por prestadores terceros hagan del todo imposible la cesión, ésta no podrá ser llevada a efecto.

En el caso de que alguno de los servicios contratados y anulados estuvieran sometidos a condiciones especiales económicas de contratación, tales como: flete de aviones, buques o autocares, contratación de apartamentos, tarifas especiales, plazas garantizadas de hotel, servicios prestados a determinados países, etc, los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo con las condiciones acordadas entre las partes.

En los casos que el Organizador condicione, y así lo especifique expresamente, la viabilidad de la oferta de viaje combinado a contar con un mínimo de participantes, el cual no se alcance y produzca la anulación del viaje, el usuario tendrá derecho exclusivamente al reembolso del total del precio o de las cantidades anticipadas, sin que pueda reclamar cantidad alguna en concepto de indemnización y, siempre y cuando la Agencia se lo haya notificado con un mínimo de diez días de antelación a la fecha prevista de inicio del viaje.

En caso de abandono del hotel antes de la fecha contratada, la Agencia Organizadora no se compromete a efectuar devolución alguna, salvo recibir escrito del hotel notificándolo la no facturación de los días no disfrutados. El citado escrito deberá ser solicitado por los clientes en el establecimiento y deberá llevar el sello del mismo.

11.- Alteraciones

La Agencia se compromete a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados contenidos en el programa-oferta que ha dado origen al contrato de viaje combinado, con las condiciones y características estipuladas, todo ello de acuerdo a los siguientes extremos:

En el supuesto de que, antes de la salida del viaje, el Organizador se vea obligado a modificar de manera significativa algún elemento esencial del contrato deberá ponerlo inmediatamente en conocimiento del consumidor.

En tal supuesto, y salvo que las partes convengan otra cosa, el consumidor podrá optar entre resolver el contrato sin penalización alguna o aceptar una modificación del contrato en el que se precisen las variaciones introducidas y su repercusión en el precio. El consumidor deberá comunicar la decisión que adopte al Detallista dentro de los tres días siguientes a ser notificado de la modificación a que se refiere el párrafo anterior. En el supuesto de que el consumidor no notifique su decisión en los términos indicados, se entenderá que opta por la resolución del contrato sin penalización alguna.

En el supuesto de que el consumidor opte por resolver el contrato, al amparo de lo previsto en el párrafo anterior, o de que el Organizador cancele el viaje combinado antes de la fecha de salida acordada, por cualquier motivo que no le sea imputable al consumidor, éste tendrá derecho, desde el momento en que se produzca la resolución del contrato, al reembolso de todas las cantidades pagadas, con arreglo al mismo, o bien a la realización de otro viaje combinado de calidad equivalente o superior siempre que el Organizador o Detallista pueda proporcionárselo. En el supuesto de que el viaje otorgado fuera de calidad inferior, el Organizador o el Detallista deberá reembolsar al consumidor, cuando proceda en función de las cantidades ya desembolsadas, la diferencia de precio, con arreglo al contrato. Este mismo derecho corres-

ponderá al consumidor que no obtuviese confirmación de la reserva en los términos estipulados en el contrato.

En estas situaciones, el consumidor podrá exigir indemnización por incumplimiento de contrato a la Agencia Organizadora. No existirá obligación de indemnizar cuando concurra alguno de los siguientes supuestos:

Cuando la cancelación se deba a que el número de personas inscritas para el viaje combinado sea inferior al exigido y así se comunique por escrito al consumidor antes de la fecha límite fijada a tal fin en el contrato.

Cuando la cancelación del viaje, salvo en los supuestos de exceso de reservas, se deba a motivos de fuerza mayor, entendido por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida.

En el caso de que, después de la salida del viaje, el Organizador no suministre o compruebe que no puede suministrar una parte importante de los servicios previstos en el contrato, adoptará las soluciones adecuadas para la continuación del viaje organizado, sin suplemento alguno de precio para el consumidor, y, en su caso, abonará a este último el importe de la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas. Si el consumidor continúa el viaje con las soluciones dadas por el Organizador se considerará que acepta tácitamente dichas propuestas.

Si las soluciones adoptadas por el Organizador fueran inviables o el consumidor no las aceptase por motivos razonables, aquel deberá facilitar a éste, sin suplemento alguno de precio, un medio de transporte equivalente al utilizado en el viaje para regresar al lugar de salida o a cualquier otro que ambos hayan convenido, sin perjuicio de la indemnización que en su caso proceda.

Cualquier imposibilidad de prestación de los servicios que ponga de manifiesto la Agencia Organizadora al cliente antes del perfeccionamiento del contrato no podrá justificar una solicitud de indemnización a la Agencia por parte del cliente por incumplimiento de contrato, puesto que éste aún no se ha perfeccionado, enmarcándose dicha modificación del programa-oferta dentro del natural proceso de negociación del mismo.

Los Organizadores y Detallistas de viajes combinados responderán de los daños sufridos por el consumidor como consecuencia de la no ejecución o ejecución deficiente del contrato. Dicha responsabilidad cesará cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- Que los defectos observados en la ejecución del contrato sean imputables al consumidor.
- Que dichos defectos sean imputables a un tercero ajeno al suministro de las prestaciones previstas en el contrato y revistan un carácter imprevisible o insuperable.
- Que los defectos aludidos se deban a motivos de fuerza mayor, entendiendo por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida.
- Que los defectos se deban a un acontecimiento que el Detallista o, en su caso, el Organizador, a pesar de haber puesto toda la diligencia necesaria, no podía prever ni superar.
- Que no se haya alcanzado el número suficiente de inscripciones especificado en Condiciones del viaje (25 personas),

habiéndose notificado la anulación con más de nueve días de antelación a la salida del viaje.

Cualquier imposibilidad de prestación de los servicios o alteración de los elementos de los mismos (incluido el precio), puesta de manifiesto por la Agencia Organizadora, a través del Detallista, al usuario antes del perfeccionamiento del contrato, no podrá justificar una solicitud de indemnización a la Agencia por parte del consumidor por incumplimiento de contrato, puesto que éste aún no se ha perfeccionado, enmarcándose dicha modificación del programa/folleto dentro del natural proceso de negociación del contrato.

En ningún caso, todo aquello no incluido en el contrato de viaje combinado (como por ejemplo billetes de transporte desde el lugar de origen del pasajero hasta el lugar de salida del viaje, o viceversa, reservas de hotel en días previos o posteriores al viaje, etc.) serán responsabilidad del Organizador, no existiendo obligación de indemnizar por esos posibles gastos de servicios independientes en caso de que el viaje se cancele.

12.- Responsabilidad

La Agencia de Viajes Organizadora y la Vendedora final del viaje combinado responderán frente al consumidor, en función de las obligaciones que les corresponda por su ámbito respectivo de gestión del viaje combinado, con independencia de que éstas las deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores de servicios, y sin perjuicio del derecho de los Organizadores y Detallistas a actuar contra dichos prestadores de servicios.

A título informativo, el Organizador manifiesta que asume las funciones de organización y ejecución del viaje.

Cuando el consumidor aprecie "in situ" no ejecución o mala ejecución de los servicios contratados, deberá comunicarlo inmediatamente al prestador de los mismos y en el plazo de 2 días hábiles a la Agencia Organizadora, con el fin de poderlo solucionar inmediatamente. La no realización de la comunicación a la Agencia Organizadora supondrá que sea el consumidor quien deba probar el incumplimiento en la ejecución del contrato ante la Organizadora o la Dirección General de Turismo y/o el Tribunal pertinente, puesto que fuera de ese plazo a la Agencia Organizadora le sería imposible la comprobación de la veracidad de lo alegado, así como el logro de una solución satisfactoria para todas las partes implicadas.

En el caso que el consumidor considere que las soluciones arbitradas por la Agencia Organizadora no hayan sido satisfactorias, podrá interponer reclamación en el plazo de un mes a contar desde la fecha de regreso del viaje ante la citada Agencia Organizadora que será presentada a través de la Agencia Detallista que vendió el viaje y en la que se acreditará haber puesto de manifiesto el presunto incumplimiento en los dos días hábiles siguientes a su ocurrencia, sin perjuicio de la posible interposición de cualquier otra reclamación que se estime pertinente. No obstante, la interposición de cualquier reclamación derivada del contrato de viaje combinado no exime del pago del viaje en ningún caso.

En cuanto al límite del resarcimiento por daños corporales que resulten del incumplimiento o de la mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado, se estará a lo dispuesto en los Convenios Internacionales sobre la materia. Por lo que se refiere a los daños que no sean corporales, la indemnización nunca podrá ser superior al precio total del

viaje inicialmente contratado. En ningún caso la agencia se responsabiliza de los gastos de alojamiento, manutención, transportes y otros que se originen a consecuencia de retrasos en salidas o regresos de medios de transporte por causas meteorológicas, técnicas, huelgas u otras de fuerza mayor.

Cuando el viaje se efectúe en autocares propios o alquilados por la Agencia Organizadora, en caso de accidente, cualquiera que sea el país donde se produzca, el consumidor se somete expresamente a la legislación en materia de accidentes por carretera de la nación en que se halle matriculado el vehículo, pudiendo acogerse, en cuanto a daños personales se refiere, al seguro del mismo de acuerdo con el correspondiente cuadro de indemnizaciones previstas al efecto, y en virtud del cual dichas indemnizaciones serán pagadas a los interesados, beneficiarios o sus representantes legales en el país de matriculación del vehículo y precisamente en la moneda de curso legal del mismo.

13. Vigencia

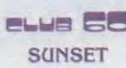
La programación del presente folleto tiene validez desde el 1/5/2000 al 23/12/2000. No obstante, serán válidos los cambios en dicha información, tanto en las características de los servicios incluidos como en los precios de los mismos, cuando lo hayan comunicado al consumidor antes de la celebración del contrato o se hayan acordado modificaciones entre las partes.

14. IMPORTANTE:

- Una vez hecha la reserva, cualquier cambio de fecha, hotel, nombre, transporte o de otra índole, tendrá un gasto de gestión mínima de 1.500 ptas. Si los gastos de comunicación o de otro tipo, fuesen superiores al importe señalado, se facturará el importe correspondiente, deduciéndose del anticipo realizado.
- AIRE ACONDICIONADO: El horario de puesta en funcionamiento de este servicio, depende del establecimiento; asimismo, dicho servicio está sujeto a posibles averías, por lo que la Agencia Organizadora no se responsabiliza del correcto funcionamiento del mismo, a plena discreción del cliente.
- COMIDAS: Cuando el régimen sea de PENSIÓN COMPLETA, se servirá desayuno, almuerzo y cena, siendo el primer servicio a facilitar por el hotel la cena y el último el almuerzo del día de salida (salvo que se especifique lo contrario a la hora de efectuar la reserva). En las reservas de MEDIA PENSIÓN se servirá desayuno y cena, salvo acuerdo del cliente directamente con el hotel y excepto en los hoteles que ya viene especificado los servicios a prestar.
- Caso de ABANDONO DEL HOTEL ANTES DE LA FECHA contratada, la Agencia Organizadora, no se compromete a efectuar devolución alguna, salvo recibir escrito del hotel notificándolo la no facturación de los días no disfrutados. El citado escrito deberá ser solicitado por los clientes en el establecimiento y deberá llevar el sello del mismo.
- DESCRIPCIÓN GRÁFICA: La descripción gráfica de los servicios, ha sido facilitada por los establecimientos, en las fechas de contratación (finales 1999), por lo que la existencia y características de los mismos, está sujeta a posibles variaciones.

Edita:
Departamento de Programación de
RHODASOL/TURIMAR

RHODASOL TURIMAR



CONDICIONES GENERALES

12.- ALTERAZIONE

[illegible]

Si per qualunque motivo
non riuscite a trovarla, fate
una telefonata al numero
verde 800 20 20 20.

Si una persona que no es abogada o no es abogado solicita el patrocinio, el abogado debe informar la decisión a la Agencia en el plazo de tres días. No podrá pedir indemnización por incumplimiento de contrato cuando la contratación del mismo se produjera por causa de fuerza mayor. Si no se suministra información precisa que suponga más del 50% del precio del viaje, sin que cumplan dichos requisitos, se le fuerza mayor, la Agencia Organizadora adelantará otros billetes internacionales para la continuación del viaje, siempre, sin incumplimiento alguno de precio para el consumidor y en la caso, abonará a este último el importe de la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas.

Si una situación fuese inabordable al consumidor no las aceptas por razones objetivamente válidas, la Agencia le proporcionará, en todo caso, el reembolso el parte

de origen a través de
esta información.

Suavizar la movilidad de prestación del servicio al atraerlos de los elementos de las mismas involucrados en el proceso, puesto de manifestar por la Agencia Organizadora, a través de la Agencia Desplazada, al consumidor, antes del perfeccionamiento del contrato, no podrá aplicarse una serie de información y contar por parte de la Agencia por incumplimiento de contrato, puesto que este aún no se ha perfeccionado, empujando dicha modificación del presupuesto dentro del natural proceso de negociación del contrato.

Si ya transcurridamente del hotel-organizador a viajeros u otros similares, incluidos en el contrato no se cumplen, fundamentalmente por causas ajenas al terminal y no imputables a la Agencia Organizadora, está mencionado, únicamente el importe del transporte alternativo utilizado por el cliente en el

Abstract

[illegible]

prestador de los m...

[illegible]

establecido en el art.
En su caso el límite.

[illegible]

cuales dichas personas
reciben de como lo

14.- VIGENCIA.-
La programación del presente folleto tiene validez desde el 31/03/2023 al 31/12/2023, siendo vinculante para la Agencia Organizadora durante ese periodo. No obstante, la programación podrá ser modificada en cualquier momento.

COMMUNICABLE DISEASES

11.- SEGURO:
Este viaje combinado, aparte de las seguras complementarias de que dispongan las Compañías de Transporte que intervinieren en el viaje, lleva incorporado, en caso adicional alguno, un Seguro de Accidentes y Asistencia concertado entre TOURIMPACOR VIVA TOURS S.A. y la Compañía EURO ASSISTANCE, que le garantiza cualquier incidencia que pueda presentarse, y pondrá a su disposición una organización especializada que le ayudará convenientemente, permitiéndole la asistencia a e miembros de los países según las condiciones de acceso en la política número 103, que de forma resumida se remite a continuación:

1) Se concentran cu

2. GARANTÍAS:

- 2.1. Gastos médicos, quirúrgicos, de hospitalización y farmacéuticos por un importe de hasta 5.000€ Ptas. en España y de hasta 200.000 Ptas. en resto del país, por persona y período contratado, con una franquicia de 5.000 Ptas. Gastos igualmente cubiertos los gastos odontológicos hasta un máximo de 1.000 Ptas.
- 2.2. Prolongación de estancia en hotel durante 7 días a partir de 5.000 pesetas máximo, en caso de accidente o enfermedad con incapacidad continua o larga.
- 2.3. Con carácter limitado el traslado sanitario de enfermos y heridos.

2.4.- Con carácter

2.6. Reaparición otros asegurados, por enfermedad y accidente, sustruendo los gastos, de permanecer en la misma hasta el lugar de su residencia habitual o el lugar en que se encuentre hospitalizado el asegurado tratado.

200- Note de re-
sponse. Page 200-

2.12. indemnización de 500.000 pesetas por fallecimiento no asegurado por causa de accidente ocurrido durante el viaje, cuando resulten los menores de 14 años, los mayores de 14 años y los incapacitados físicos sin prótesis.

2.15. - *Quinta de...*

1.1.- Las personas de cualquier sexo que padezcan o suelan padecer de enfermedades, lesiones o afecciones preexistentes o crónicas, padecidas por el asegurado con anterioridad a la firma del contrato o su renovación o prorrogas, así como aquellas que al suscribirse sufra la vigencia del mismo y que intercedan al momento de producirse el siniestro.

13 - Un revêtement

14. El traslado sanitario de enfermos o heridos originado por accidentes o lesiones que puedan ser tratados "in situ", en caso en el que éste sea el único recurso terapéutico médico o intervenciones quirúrgicas.
15. Las operaciones de evacuación de heridos, traslado de enfermos, internamiento voluntario del mismo y gastos, salvo que se trate de evacuación de carácter urgente, y transporte anterior al mismo caso.
16. Los gastos médicos, quirúrgicos y farmacéuticos que implique sea inferior a 5.000 pesos.
17. Los gastos de gases y líquidos, así como la evacuación, internamiento-ambulancias, extracción sin reposición de prótesis, prueba analíticas y radiológicas.

St. Clair County
2000

3.11. ¿Los delitos que puedan sufrir los asegurados como consecuencia de la práctica de deportes en competición o con carácter amistoso, siempre o nunca, así como la práctica de actividades peligrosas o de riesgo (barridos, baldeos, lucha, artes marciales, esportes, desfilamiento en fines, etc.), implican con ellos responsabilidades, esportología, equi y demás deportes de invierno, deportes aéreos y de aventura.

216 Information Systems

- 3.16.- Actos propios del torero: aseo y/o casacaletto;
- 3.17.- Las consecuencias de guerra, manifestaciones, movimientos tumultuosos populares, actos de terrorismo, sabotaje y huelga, entre o no delimitados oficialmente.
- 3.18.- Las consecuencias directas o indirectas de la renatación del núcleo del átomo, así como de las radiaciones procedentes por la activación artificial de partículas atómicas.
- 3.19.- Las consecuencias derivadas de movimientos teóricos, manifestaciones, erupciones volcánicas y en general, las que proceden del desmoronamiento de la

179. LAM CUNNING

16.- SEGURO OPORTAL.-
Con independencia de las anteriores coberturas, **TUROPERADOR VIVA TOURS S.A.** ha formalizado con la **Agencia de Seguros VIVA** las pólizas número 001 con las siguientes condiciones en España y Andorra a 31/12/2010, por valor de capital asegurado, por el importe de entre 1.300 Ptas. y 1.800 Ptas. por persona asegurada en virtud de:

quantities were also

El presente trabajo es fruto de 60.000 horas de trabajo por un grupo de voluntarios que se pusieron a cargo de organizar y se han dedicado por espacio de las condiciones generales de venta, según la legislación vigente de Agencias de Viajes, desde el inicio del viaje hasta la realización del mismo y a la vez a la gestión de los servicios de apoyo al cliente, como el primer pago de consecuencia económica después de la celebración del viaje, la gestión de las reservas, la atención al cliente y el Servicio de información sobre equipajes, telefónica y direcciones de hoteles, vuelos, restaurantes, transporte, etc. y a la atención al viajero en caso de necesidad, hasta un máximo de 200.000 personas.

persona in distress

Todas las garantías serán prestadas directamente por la compañía de seguros, la Agencia de Viajes y TOURSOPRADOR IVA TOURS S.A. siempre en su totalidad de acuerdo a la cobertura de indemnizaciones. Las reclamaciones de indemnizaciones y montos de los gastos deberán enviarse al agente del viaje directamente a la compañía aseguradora, llamando al teléfono 01 514 38 45.

Neutrophils play a major role in the resolution

ANEXO III.- CONDOR VACACIONES (Verano 2001)

MUY IMPORTANTE: Existe a disposición de los Sres. consumidores el preceptivo **Contrato de Viaje Combinado**, que deberá formalizar con la Agencia de Viajes detallista por cuya mediación contrate su viaje, y que protege los derechos del consumidor. De la misma manera la Agencia detallista les deberá indicar de forma clara y por escrito todo cambio en la información del programa-oferta contenido en el programa-folleto que le hubieran comunicado antes de la celebración del contrato o las modificaciones que se produzcan posteriormente previo acuerdo entre las partes. Si por cualquier motivo no le fuera entregado tales documentos debidamente cumplimentados, exíjase los a la Agencia detallista. **POR FAVOR, RECLÁMELOS A SU AGENCIA.**

A efectos de las presentes condiciones generales, el programa-folleto es el documento informativo al que estas se incorporan, siendo el programa-oferta la descripción del viaje combinado contenida en el programa-folleto que constituye el objeto del contrato de viaje combinado.

ORGANIZACIÓN

1) La Organización de los viajes ofertados ha sido realizada por la Agencia Mayorista de Viajes **CONDOR VACACIONES S.A.**, C.I.F. A/78358835, con domicilio social en la calle Limoner, 22 de Madrid, E-28020 y título licencia C1cma 16-M.

VIGENCIA

2) La vigencia del programa-folleto será desde el 01/MAY/2001 hasta el 31/OCT/2001, reservándose el organizador la posibilidad de realizar cambios en la información sobre el programa-oferta contenida en el programa-folleto antes de la celebración del contrato, para lo cual tales cambios se deberán de comunicar previamente al consumidor.

CONTRATACIÓN DEL VIAJE

3) El consumidor que quiera contratar cualquiera de los viajes combinados ofertados deberá realizar previamente una solicitud de reserva a través de alguna Agencia de Viajes detallista autorizada para ello. Tras recibir esa solicitud por medio de la Agencia detallista, la Agencia organizadora realizará las gestiones oportunas para obtener la confirmación de la reserva de los servicios que integren el viaje combinado, condicionada a la disponibilidad de plazas para las fechas solicitadas.

4) En el momento de la solicitud de la reserva el consumidor deberá entregar a cuenta una suma equivalente del 40% del precio del viaje cuya reserva solicita, si en la misma se comprendiera transporte aéreo, o de un 25% en los demás casos. Si se confirma la reserva, la suma entregada se imputará al precio del viaje y, en caso de no poder confirmarlo, las cantidades entregadas serán reembolsadas al consumidor. Si el consumidor desistiera de su solicitud de reserva, se le reintegrará la suma entregada, deducidos, en su caso, los importes a los que se hace referencia en la cláusula 16ª, excepto en el supuesto establecido en la cláusula 17ª.

5) Si el Organizador no puede ofrecer el viaje solicitado y ofrece al consumidor la realización de un viaje análogo u otro distinto, salvo que se indique expresamente lo contrario, se entenderá que mantiene esa oferta durante 48 horas. Si el consumidor acepta la oferta dentro de ese plazo o del que expresamente se haya establecido, la entrega a cuenta se aplicará al viaje ofrecido.

6) Una vez confirmada la reserva por parte del Organizador, el consumidor deberá abonar el importe restante del viaje, en cuyo momento el detallista entregará al mismo los títulos, bonos de viaje y demás documentos necesarios, comprensivos de los servicios contratados. Dicho pago deberá efectuarse a más tardar siete días hábiles antes de la salida. En las reservas solicitadas y/o confirmadas dentro de los 7 días hábiles antes de la salida, el usuario estará obligado a realizar el pago del resto del precio en el mismo momento en que los servicios le sean confirmados, contra la entrega de dicha documentación, teniendo para ello la Organizadora un plazo de hasta 48 horas antes de la salida para poder confirmar los mismos. La Agencia de Viajes minorista deberá emitir un bono de viaje por duplicado, debiendo entregarse un ejemplar del mismo al organizador en el momento del inicio del viaje para la prestación de los servicios contratados, o previamente a la entrega de éste de la documentación necesaria para la realización del viaje.

7) Si el consumidor no realiza el pago en los plazos previstos en los apartados anteriores, el Organizador o, en su caso, el detallista, podrá anular la reserva confirmada, en cuyo caso será de aplicación al consumidor la regla establecida en la cláusula 4ª sobre el desistimiento de la solicitud de reserva.

PRECIOS Y REVISIÓN

8) Los precios son válidos de acuerdo con las fechas y lugares de salida que en cada supuesto se especifican, incrementados con suplementos, tasa y servicios opcionales, establecidos o que en su caso se establezcan, si fuera solicitado o contratado algún servicio no previsto.

9) Los precios establecidos en el contrato podrán ser revisados por el Organizador, al alza o a la baja, para incorporar variaciones de precio de los transportes, incluido el costo del carburante, las tasas e impuestos de los servicios y los tipos de cambio de divisa aplicados al viaje organizado, tomando como referencia el contravalor de la moneda del país de destino. Para la formación del precio de los servicios ofertados se ha tenido en cuenta el tipo de cambio y precios vigentes del día que consta como fecha de edición. No podrá revisarse el precio dentro de los 20 días antes a la salida.

PRESTACIONES DEL VIAJE CONTRATADO

10) Las prestaciones que incluye el viaje combinado que se contrate serán las que resulten de la información proporcionada en el folleto o programa, modificadas en su caso con los cambios en dicha información que se hubieran comunicado al consumidor antes de la celebración del contrato,

así como de las indicaciones relativas a tales informaciones que se hayan realizado al confirmar la reserva. Tras la formalización del contrato sólo se podrá modificar el mismo previo acuerdo con los consumidores o cuando la Organizadora realice algunos cambios que sean necesarios para el buen fin del viaje combinado y no sean significativos.

11) Los servicios que en cada caso figuren en el programa-oferta se encuentran sometidos a las siguientes peculiaridades:

a) Los viajes que no consistan en la estancia en una sola ciudad (circuitos) se realizarán de forma colectiva o en grupo, y no requerirá ningún mínimo de participantes cuando en la oferta figure la salida como 100% garantizada sin ningún mínimo de personas. En el supuesto que en la oferta no figure ningún tipo de indicación, para que las salidas se encuentren garantizadas se requerirá un mínimo de 25 personas, salvo que en la oferta se exprese un número diferente de personas. Las salidas no garantizadas al 100% podrán ser anuladas por el Organizador avisando previamente con un mínimo de 10 días de antelación.

b) El transporte terrestre incluido en los viajes colectivos se realizará durante el circuito en autobús salvo que en el itinerario se especifique lo contrario. Dicho medio será por regla general el único medio de transporte para el grupo. No existirá una asignación de plazas, las cuales, salvo acuerdo entre los consumidores que realicen el viaje, serán ocupadas de forma rotativa.

c) El transporte aéreo podrá ser en línea regular o en vuelos especiales (charter) según se especifique en el correspondiente programa-oferta.

El transporte aéreo en línea regular será en clase turista, en plazas limitadas por las compañías aéreas ofertadas, para venta por los Organizadores de viajes combinados, sometidas a condiciones especiales de contratación con tarifas reducidas que no se encuentran disponibles al público, con restricciones que no admiten reembolsos, cambios de reserva ni posibilidad de endoso de billetes.

Los trayectos en avión podrán realizarse tanto en vuelos directos, con o sin escalas, como en vuelos no directos realizando conexión con otros vuelos en diferentes aeropuertos, con hora de salida durante todo el día atendiendo al horario de las distintas compañías. Los servicios ofertados en los días que incluyan transporte de avión sólo se encontrarán incluidos cuando lo permitan las horas de salida y llegada de los vuelos que se confirmen, lo cual determinará a su vez la disponibilidad o no de tiempo libre o en el caso de los viajes colectivos que tengan programado tras la llegada al aeropuerto de destino el transporte a otra ciudad diferente de donde se encuentre el aeropuerto, la existencia de un tiempo de espera, en función de la hora de llegada de los vuelos en que viajen otros consumidores que realicen la misma ruta. Es habitual que las compañías aéreas hayan suscrito convenios con otras compañías aéreas para operar conjuntamente un vuelo, por lo que el avión en que se viaje podrá ser de otra compañía aérea distinta de la del vuelo que se confirme.

d) El alojamiento en los circuitos se realizará en establecimientos de la categoría y características indicada en cada producto. Como quiera que la venta del viaje se realiza plaza a plaza y pueden ser solicitados en muy distintas fechas, se oferta la posibilidad de proporcionar el alojamiento indistintamente en diferentes establecimientos relacionados por el tipo de producto, los cuales, en beneficio del consumidor, para evitar pérdidas innecesarias de tiempo, podrán ser sustituidos por el organizador por otros de similar categoría y zona de los que se indica, motivo por el cual el nombre del establecimiento no será un elemento esencial del contrato y dicha indefinición no supondrá una modificación del mismo. En cualquier caso, los consumidores podrán ser alojados en establecimiento hoteleros cuya situación sea distinta a la indicada, incluso en el entorno o alrededores de las ciudades previstas y que fuesen objeto de la visita, si se hubiera solicitado la reserva en el intervalo de los veinte días anteriores a la fecha de salida del circuito adquirido.

En viajes individuales el alojamiento se proporcionará en el establecimiento que figure en el contrato o en la documentación que se entregue al consumidor en el momento de suscribirse.

La mayoría de los establecimientos de alojamiento no disponen de habitaciones para tres o cuatro camas, salvo excepciones como Disneyland-Paris, por lo que las habitaciones triples y cuádruples son generalmente dobles con cama supletoria, que pueden ser de tipo turco, plegable, o en sofás-camas, motivo por el que se establece, para quienes opten por contratar conjuntamente ese tipo de habitaciones, un descuento o precio especial reducido, de forma que no se responderá por tales circunstancias si se solicitara contratar el alojamiento en habitaciones de tres o cuatro camas.

El horario de ocupación de las habitaciones depende de las normas establecidas en cada país. Por lo general la habitación puede ocuparse a partir de las 14.00 h. del día de llegada y se deben desalojar antes de las 12.00 h. del día de la salida, con independencia de la hora en que esté prevista la llegada al hotel, la hora en que esté prevista la continuación del viaje o el horario de salida del vuelo de regreso.

El servicio de alojamiento implicará que la habitación esté disponible en la noche correspondiente, entendiéndose prestado con independencia de que, por circunstancias propias del viaje combinado, el horario de entrada en el mismo se produzca más tarde de lo inicialmente previsto.

e) Las comidas que figuren incluidas en cada itinerario (MP) o (PC) se proporcionarán en establecimientos iguales o de distinto tipo, categoría y/o ubicación a los que se permite, siendo iguales para todos los tipos de productos. Por regla general y salvo que se indique de otro modo los desayunos serán de tipo continental y las comidas, generalmente, consistirán en un menú con platos fijos, sin que incluyan bebidas ni dietas especiales.

f) Los traslados aeropuerto-hotel-aeropuerto, incluso en los viajes individuales, se proporcionarán de forma colectiva en el mismo medio de transporte para los consumidores que viajen con el organizador en el mismo vuelo o en otros vuelos que no difieran su hora prevista de llegada en más de sesenta minutos, por lo que atendiendo a ello, podrá existir un tiempo de espera que podrá variar en más o menos en función de circunstancias que afecten a los consumidores objeto de traslado, habitualmente por pérdidas de equipajes, hasta reunir a todos ellos para proporcionarles el traslado que en cada caso corresponda.

Si algún pasajero se viera afectado por cualquier circunstancia que vaya a retrasar su salida de la zona restringida del aeropuerto, los afectados deberán advertir inmediatamente de dicha circunstancia al transferista, quien espera a la salida de dicha zona restringida, a través de un acompañante, mientras que otro realiza la gestión que corresponda, para evitar que quien vaya a realizar el traslado, tras un tiempo prudencial de espera, se vaya sin realizar el traslado.

El equipaje estará limitado, salvo acuerdo en contrario, en 20 kilos por persona. El equipaje y demás objetos personales que el viajero lleve consigo y conserve bajo su custodia son de su exclusiva cuenta y riesgo ante los daños o pérdidas que pudiesen sufrir durante el viaje. Será por cuenta del viajero cualquier tipo de manipulación de carga y descarga del equipaje, salvo en aquellos supuestos en que se encuentre incluido servicio de maletas, que será prestado únicamente en los hoteles, en cuyo caso es aconsejable que los usuarios estén presentes en todas las manipulaciones de carga y descarga y manejos de sus equipajes. En el supuesto de sufrir algún daño o extravío el consumidor deberá de presentar, en el acto, la oportuna reclamación al prestador del servicio.

Los precios de los viajes se han calculado en base a tarifas especiales y/o de grupo para todos y cada uno de los servicios que comprenden, estando sometidos todos los servicios a condiciones económicas especiales de contratación.

EXCLUSIONES

En el precio del viaje combinado no se incluye visados, tasas de aeropuerto, y/o tasas de entrada y salida, certificados de vacunación, toda clase de servicios extras tales como bebidas (ni siquiera cafés o aguas minerales), regímenes alimenticios especiales en hoteles y restaurantes, lavado y planchado de ropa, maletas, minibar, teléfono, ni ningún servicio de hotel opcional y, en general, cualquier servicio que no conste específicamente detallado en el programa oferta; entradas a museos, centros turísticos o espectáculos públicos; y todo aquello que no se detalle expresamente en el programa oferta, en el contrato o en la documentación que se entregue al consumidor al suscribirlo. Es habitual que los hoteles soliciten tarjeta de crédito o fianza para poder hacer uso de determinados servicios, como teléfono, minibar, etc.

Las visitas que figuran en el programa como opcionales no se encuentran incluidas en el precio y no forman parte del contrato de viaje combinado. Su publicación en el folleto tiene mero carácter orientativo, aunque podrán disponer de la colaboración del guía acompañante si algún consumidor estuviera interesado en su realización y existiera un mínimo de 20 personas que fueran a realizar la excursión opcional, para que gestione las mismas con los correspondientes prestadores.

ASISTENCIA DURANTE EL VIAJE

El Organizador pone a disposición de los consumidores durante el viaje el teléfono 609.016.553, de asistencia las 24 horas todos los días, para uso exclusivo en caso de dificultades durante el desarrollo del viaje. Deberá marcar el prefijo 34, correspondiente a España, si se llama desde el extranjero. Por regla general en la mayoría de los países europeos se ha de marcar previamente 00 para realizar una llamada internacional.

Además en aquellos viajes que sean realizados con un mínimo de 20 personas el Organizador se obliga a proporcionar la asistencia de un guía acompañante durante el viaje, excepto el primer y último día del itinerario, días intermedios que incluyan transporte aéreo o días extras, cobertura que podrá ser proporcionada por el organizador facultativamente cuando no se cumplan tales requisitos.

ANULACIONES

En todo momento, el consumidor o usuario podrá desistirse de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiese abonado, pero deberá indemnizar al organizador en las cuantías que a continuación se indican, salvo que tal desistimiento tenga lugar por causas de fuerza mayor.

Abonará los gastos de gestión, los de anulación, si los hubiere, y una penalización consistente en el 5% del importe total del viaje si el desistimiento se produce con más de 10 y de menos de 15 días de antelación a la fecha del comienzo del viaje; el 15% entre los 10 y 3 días y el 25% si se produce dentro de las 48 horas anteriores a la salida. De no presentarse a la salida, el consumidor está obligado al pago del importe total del viaje.

Para la determinación de los gastos de gestión se establece a tanto alzado la cantidad de 750, pts por servicio, sin perjuicio de los gastos de gestión correspondientes de la Agencia de Viajes detallista.

Debido a las condiciones económicas especiales de contratación, tanto por las tarifas especiales de los aviones de línea regular, como flete de aviones en el caso de los vuelos especiales o charters, los gastos de anulación en todo caso comprenderán, al menos, el importe de los billetes aéreos, aunque en ningún caso serán cobrados por tales billetes importes superiores a 29.000 pts por trayecto para las salidas desde Madrid, incrementados o disminuidos por los correspondientes suplementos o descuentos establecidos para las salidas desde otras ciudades, según la ciudad de salida que haya sido solicitada o contratada, excepto en los vuelos charter, que no se cobrará ningún importe, si se vende la plaza. Igualmente serán abonados en todo caso, debido a las condiciones especiales de contratación, los gastos de anulación del alojamiento que origine el desistimiento, que por regla general será el importe dos noches de hotel, salvo en Disneyland-París, cuyos gastos de anulación dependerán de la fecha de la misma y ascenderán a un porcentaje del importe de todos los servicios de Disneyland-París que incluya el viaje, coincidiendo tales porcentajes y fechas de anulación de los mismos que antes han sido señalados en concepto de penalización; todo ello sin perjuicio de las condiciones que en cada caso puedan establecer de modo particular las partes.

En el supuesto de que el usuario desista por una causa de fuerza mayor, deberá justificar de forma fehaciente en un plazo máximo de 72 horas la causa aducida. Dicha justificación fehaciente, en caso de enfermedad grave del usuario que vaya a realizar el viaje, deberá ser acreditada con original de certificado médico oficial que especifique expresamente que la

enfermedad aducida impide realizar el viaje. Para otros supuestos de fuerza mayor, mediante la documentación adecuada que lo justifique.

No obstante la cláusula anterior, en el supuesto de que el consumidor contrate y abone en el momento de la solicitud del viaje combinado el suplemento opcional de gastos de anulación, si anulara el viaje por fallecimiento del cónyuge o de un familiar consanguíneo de hasta segundo grado, tanto del consumidor como de su cónyuge, así como en caso de enfermedad o accidente grave del cónyuge o de un familiar en primer grado que conviva con el consumidor, o por acontecimiento de un asunto grave que afecte a la propiedad del consumidor o local profesional y haga imprescindible su presencia, no se cobrará ningún importe salvo el propio suplemento de gastos de anulación, en sustitución de la penalización que pudiera corresponder, para lo cual deberá desistirse del viaje en cuanto se produzcan tales circunstancias. Ello será también de aplicación al acompañante, cuando este hecho le obligue a viajar sólo, siempre que hubiera contratado dicho suplemento y anule a la vez el viaje.

Tales circunstancias deberán ser acreditadas de forma fehaciente, mediante certificado médico oficial que acredite la enfermedad o fallecimiento, o para el resto de las situaciones indicadas, mediante documentación adecuada que las justifique. Igualmente deberá ser acreditado el parentesco y/o resto de condiciones exigidas para que opere lo establecido en esta cláusula.

Si el desistimiento del viaje fuera parcial por no afectar a todos los consumidores para los que se hubiera contratado, ello supondrá la modificación del contrato con pérdida de los descuentos o precios que se les hubiera aplicado por razón de compartir habitación y aplicación del precio según el tipo de habitación que se fuera a utilizar tras el desistimiento.

En el supuesto de que por aumentar los precios en aplicación de las cláusulas 9ª de estas Condiciones Generales, la repercusión supere el 15% del precio establecido, el cliente podrá desistirse del viaje con derecho al reembolso de sus pagos, con excepción de los gastos de gestión y anulación, si los hubiera.

CESIÓN DE LA RESERVA

El consumidor podrá ceder su reserva en el viaje combinado a una persona que reúna todas las condiciones requeridas para el mismo, solicitándolo con una antelación mínima de quince días a la fecha de inicio del viaje, salvo que las partes pacten un plazo menor en el contrato. La persona que ceda su reserva y el cesionario responderán solidariamente ante la Agencia de Viajes que sean parte del contrato del pago del resto del precio, así como de los gastos adicionales justificados que pudiera haber causado la cesión.

ALTERACIONES

La Agencia Organizadora facilitará a sus clientes la totalidad de los servicios contratados con las condiciones y características estipuladas, todo ello de acuerdo con los siguientes extremos:

En el supuesto de que, antes de la salida del viaje, el Organizador se viera obligado a modificar de manera significativa algún elemento esencial del contrato, se pondrá en conocimiento del consumidor a través del detallista. Se considerará que los cambios son significativos si impiden la realización de los fines de éste, según sus características generales o especiales. En tal supuesto, el consumidor podrá optar entre resolver el contrato sin penalización alguna o aceptar la modificación del contrato en la que se precisen las variaciones introducidas y su repercusión en el precio. El consumidor deberá comunicar la decisión que adopte al Detallista o en su caso al Organizador, dentro de los tres días siguientes de ser notificado de la modificación. En el supuesto de que el consumidor no comunique su decisión, se entenderá que opta por la resolución del contrato.

Si el consumidor opta por resolver el contrato tendrá derecho al reembolso de todas las cantidades pagadas, con arreglo al mismo, o bien a la realización de otro viaje combinado de calidad equivalente o superior, siempre que el Organizador pueda proponérselo. Si el viaje ofrecido fuera de calidad inferior, el Organizador o el Detallista deberá reembolsar al consumidor cuando proceda en función de las cantidades ya desembolsadas, la diferencia de precio con arreglo al contrato. Este mismo derecho corresponderá al consumidor que no obtuviera confirmación de la reserva en los términos estipulados en el contrato.

En los anteriores supuestos, el Organizador o el Detallista serán responsables del pago al consumidor de la indemnización que, en su caso, corresponda por incumplimiento de contrato, que será del 5% del precio total del viaje contratado si el citado incumplimiento se produce entre los dos meses y quince días inmediatamente anteriores a la fecha prevista de realización del viaje; el diez por ciento si se produce entre los quince días y tres días anteriores y el 25% si el incumplimiento se produce en las cuarenta y ocho horas anteriores.

No existirá obligación de indemnizar cuando la cancelación se deba a que el número de personas inscrito sea inferior al exigido y así se comuni-



que por escrito en la fecha fijada a tal fin en el contrato o cuando la cancelación del viaje, excepto en supuestos de excesos de reserva, se deba a motivos de fuerza mayor, entendiendo por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles, cuyas circunstancias no habrían podido evitarse a pesar de actuar con la diligencia debida.

c) En el caso de que después de la salida del viaje, el Organizador no suministre o compruebe que no puede suministrar una parte importante de los servicios previstos en el contrato, adoptará las soluciones adecuadas para la continuación del viaje organizado, sin suplemento alguno de precio para el consumidor y, en su caso, abonará a este último el importe de la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas. Si las soluciones adoptadas por el organizador fueran inviables o el consumidor no las aceptase por motivos razonables, se facilitará a éste sin suplemento en el precio el regreso al lugar de salida en un medio de transporte equivalente al utilizado en el viaje o cualquier otro que ambos hayan convenido, sin perjuicio de la indemnización que en su caso proceda.

d) En ningún caso todo aquello no incluido en el contrato de viaje combinado, tales como billetes de transporte desde el lugar de origen del pasajero al lugar de salida, o viceversa, reservas de hotel en días previos o posteriores al viaje, serán responsabilidad del organizador, no existiendo obligación de indemnizar por esos posibles gastos de servicios si el viaje se cancela por las causas previstas en el último párrafo del apartado b) de esta cláusula.

e) Si los traslados/asistencia del hotel-aeropuerto o viceversa u otros similares no se cumplieran, fundamentalmente por causas ajenas al transferista y no imputables al organizador, éste reembolsará el importe de transporte alternativo utilizado por el cliente en el desplazamiento, previa presentación del recibo o factura correspondiente.

DEBER DE COLABORACION DEL CONSUMIDOR EN EL DESARROLLO DEL VIAJE

22ª) El consumidor deberá atenerse a las indicaciones que le facilite la Agencia para la adecuada ejecución del viaje, así como a las reglamentaciones que son de general aplicación a los usuarios de los servicios comprendidos en el viaje combinado. En particular, en los viajes en grupo guardará el debido respeto a los demás participantes y observará una conducta que no perjudique el normal desarrollo del viaje. La infracción grave de estos deberes faculta a la agencia para resolver el contrato de viaje combinado. En este caso, si el contrato incluye el viaje de regreso, la Agencia proporcionará al consumidor un medio de transporte equivalente al contratado en el viaje para regresar al lugar de salida o a cualquier otro que ambos hayan convenido. La Agencia tendrá derecho además a la indemnización que proceda por los daños imputables a la conducta del consumidor.

23ª) Cuando el consumidor compruebe durante la realización del viaje que existe algún defecto o se produce la falta de prestación de algún servicio contratado, deberá comunicarlo en el mismo lugar y lo antes posible al organizador, al detallista y, en su caso, al prestador del servicio de que se trate. La comunicación se deberá llevar a cabo por escrito o en cualquier otra forma en que quede constancia. Tras recibir la comunicación, el detallista o el organizador deberán obrar con diligencia para hallar las soluciones adecuadas.

24ª) En todo caso, el consumidor está obligado a tomar las medidas adecuadas y razonables para intentar reducir los daños que puedan derivarse de la no ejecución o ejecución deficiente del contrato o para evitar que se agraven. Los daños que deriven de no haber adoptado dichas medidas serán de cuenta del consumidor.

RESPONSABILIDAD

25ª) La Agencia de Viajes organizadora y la detallista vendedora responderán frente al consumidor en función de las obligaciones que le correspondan por su ámbito respectivo de gestión del viaje combinado, del correcto cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato así como de los daños sufridos por el consumidor como consecuencia de la no ejecución o ejecución deficiente del contrato.

El resarcimiento de los daños que resulten del incumplimiento o de la mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado, quedará limitado con arreglo a lo previsto en los convenios internacionales reguladores de dichas prestaciones, o con los límites de las cuantías indemnizatorias fijados por las disposiciones de la Unión Europea o las establecidas en el ámbito interno español, todo ello según la normativa que sea de aplicación.

Cuando las prestaciones del viaje combinado no estén sujetas a la aplicación de convenios internacionales, disposiciones de la Unión Europea o normativa interna española, las indemnizaciones quedarán limitadas por todos los conceptos hasta como máximo el doble del precio del viaje, incluidos los daños morales no derivados de un daño corporal y los reembolsos que deban realizarse. En caso de daños derivados de pérdida o deterioro del equipaje facturado, la indemnización de la agencia organizadora quedará

limitada a un máximo de 350 Euros. Por demora en la entrega del equipaje superior a 24 horas, la indemnización quedará limitada a un máximo de 100 Euros. No regirán las limitaciones previstas en este apartado si la agencia o los prestadores de servicios han provocado intencionalmente los daños o han actuado de modo temerario a sabiendas de que probablemente se producirían.

26ª) Las responsabilidades por daños cesarán cuando concurren alguna de las circunstancias siguientes: Que los defectos observados en la ejecución del contrato sean imputables al consumidor; que dichos defectos sean imputables a un tercero ajeno al suministro de las prestaciones previstas en el contrato y revistan un carácter imprevisible o insuperable; que se deban a motivos de fuerza mayor, entendiendo por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida; o que se deban a un acontecimiento que el Detallista o el Organizador, a pesar de haber puesto toda la diligencia debida, no podía prever ni superar.

No obstante, en el supuesto de exclusión de responsabilidad por darse alguna de dichas circunstancias, excepto cuando los defectos observados en la ejecución del contrato sean imputables al consumidor, el organizador y el detallista que sean parte en el contrato estarán obligados a prestar la necesaria asistencia al consumidor que se encuentre en dificultades.

27ª) La Agencia de Viajes detallista por cuya mediación se contrata el viaje deberá tramitar la correspondiente solicitud de servicios del consumidor, formular por escrito el contrato de viaje combinado con el mismo, comunicar a éste por escrito cualquier cambio en la información ofertada o contratada, y cobrar a los consumidores, en nombre de CONDOR VACACIONES S.A., tanto la entrega a cuenta como el precio total de los servicios, que serán retenidos por el detallista hasta su entrega al Organizador, lo cual se deberá realizar mediante giro postal al domicilio social del Organizador o ingreso bancario, salvo acuerdo en otro sentido, dentro del siguiente día hábil en que hayan sido cobrados al cliente y consumidor y, como máximo, en las reservas fuera de plazo o de última hora, el mismo día en que los servicios hayan sido confirmados.

Asimismo el consumidor deberá recibir de la Agencia detallista con tiempo suficiente la información pertinente sobre la documentación específica necesaria para el viaje elegido, así como asesoramiento sobre la suscripción facultativa de un seguro que le cubra de los gastos de cancelación, y/o de un seguro de asistencia que cubra los gastos de repatriación en caso de accidente, enfermedad o fallecimiento; e información de los riesgos probables implícitos al destino y al viaje contratado.

28ª) El abandono o separación de un viajero del grupo durante el viaje por causas no imputables a la Agencia Organizadora supondrá la pérdida de todo derecho o de cualquier tipo de indemnización, salvo en casos de fuerza mayor, que se aplicará lo dispuesto en la cláusula 16ª). No se realizarán reembolsos por servicios no utilizados voluntariamente por el viajero.

29ª) Las acciones derivadas de los derechos que emanan del contrato prescribirán por el transcurso de dos años.

DOCUMENTACIÓN

30ª) Todos los consumidores sin excepción, incluidos menores de 18 años, deberán llevar su documentación personal y familiar correspondiente en regla, sea el D.N.I. como pasaporte en aquellos países que resulten preceptivo y en su caso visados, certificados de vacunación, etc, que serán por cuenta de los consumidores. Importante resaltar que algunos países exigen que los pasaportes tengan una validez de hasta 9 meses a partir de la fecha de entrada. La Agencia detallista, en su ámbito de gestión, informará de los requisitos necesarios que se exijan a los ciudadanos de la Unión Europea. Caso de ser rechazada por alguna autoridad la concesión de visados o sea denegada su entrada en el país por carecer de alguno de los requisitos que se exijan, la Agencia Organizadora declina toda responsabilidad por estos hechos, siendo por cuenta del viajero cualquier gasto que originen, aplicándose en estos casos las condiciones establecidas para anulación o desistimiento voluntario del servicio, por lo que los consumidores deberán asegurarse antes del inicio del viaje de tener cumplidas todas las normas y requisitos aplicables para poder entrar en todos los países que se visite. Los menores de 18 años, si no llevaran pasaporte, necesitarán una Autorización de Viaje al Extranjero, expedida por cualquier Comisaría de Policía, aun cuando viajen acompañados de sus padres.

PRESENTACION A LA SALIDA

31ª) Para evitar cualquier tipo de incidente, se recomienda que los señores clientes que utilicen un circuito terrestre se presenten en la Terminal o punto de salida con suficiente antelación. En los circuitos en que se utilice un medio aéreo, el viajero deberá estar en el aeropuerto correspondiente 90 minutos antes de las salidas del vuelo.

Fecha de Edición: 28 de Marzo de 2001



ANEXO IV.- EL CORTE INGLÉS (Verano 2002)

CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO DE PAISES LEJANOS

A los efectos de las presentes Condiciones Generales, el programa/folleto es el documento informativo al que éstas se incorporan. El programa/oferta es la descripción del viaje combinado contenida en el programa/folleto que constituye el objeto del contrato de viaje combinado.

La información sobre el programa/oferta contenida en el programa/folleto es vinculante para el organizador o detallista, salvo que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Que los cambios en dicha información se hayan comunicado claramente por escrito al consumidor antes de la celebración del contrato y tal posibilidad haya sido objeto de expresa mención en el programa/oferta.
- b) Que se produzcan posteriormente modificaciones, previo acuerdo por escrito entre las partes contratantes.

1. REGULACIÓN JURÍDICA APLICABLE AL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO Y ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES GENERALES

Las presentes Condiciones Generales están sujetas a lo dispuesto en la Ley 21/1995, de 6 de julio, de Viajes Combinados (B.O.E. 7-7-1995), la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (14-4-98) y en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (B.O.E. 24-7-84) y demás disposiciones vigentes.

Las presentes Condiciones Generales se incorporarán, firmadas por las partes contratantes, a todos los contratos de viajes combinados cuyo objeto sean los programas/ofertas contenidos en el programa/folleto y obligan a las partes, con las condiciones particulares que se pacten en el contrato o que consten en la documentación del viaje facilitada simultáneamente a la suscripción del contrato.

2. ORGANIZACIÓN

La organización de este viaje combinado ha sido realizada por VIAJES EL CORTE INGLÉS S.A., C.I.F. A28229813 con domicilio en Hemerosilla, 112. 28009 MADRID, Titulo-licencia C.I.C. MA 59.

3. PRECIO

3.1. El precio del Viaje Combinado incluye

1. El transporte de ida y regreso, cuando este servicio esté incluido en el programa/oferta contratado, en el tipo de transporte, características y categoría que conste en el contrato o en la documentación que se entrega al consumidor en el momento de suscribirse.
2. El alojamiento, cuando este servicio esté incluido en el programa/oferta contratado, en el establecimiento y régimen alimenticio que figura en el contrato o en la documentación que se entrega al consumidor en el momento de suscribirse.
3. Las tasas o impuestos de los establecimientos hoteleros y los impuestos indirectos-impuesto sobre el Valor Añadido (I.V.A.), Impuesto General Indirecto Canario (I.G.I.C.), etc.-, cuando estos sean aplicables.
4. La asistencia técnica durante el viaje, cuando este servicio esté específicamente incluido en el programa/oferta contratado.
5. Todos los demás servicios y complementos que se especifiquen concretamente en el programa/oferta contratado o que expresamente se haga constar en el contrato del viaje combinado.

3.2. Revisión de precios

El precio del viaje combinado ha sido calculado en base a los tipos de cambio, tarifas de transporte, coste del carburante y tasas e impuestos aplicables en la fecha de edición del programa/folleto o de las posteriores que, en su caso, se hayan hecho públicas de forma impresa.

Cualquier variación del precio de los citados elementos podrá dar lugar a la revisión del precio final del viaje, tanto al alza como a la baja, en los importes estrictos de las variaciones de precio aludidas.

Estas modificaciones serán notificadas al consumidor, por escrito o por cualquier medio que permita tener constancia de la comunicación efectuada, pudiendo, cuando la modificación efectuada sea significativa, desistir del viaje, sin penalización alguna, o aceptar la modificación del contrato.

En ningún caso, se revisará al alza en los veinte días anteriores a la fecha de salida del viaje, respecto de solicitudes ya realizadas.

3.3. Ofertas especiales

Cuando se realice la contratación del viaje combinado como consecuencia de ofertas especiales, de última hora o equivalentes, a precio distinto del expresado en el programa/folleto, los servicios comprendidos en el precio son únicamente aquellos que se especifican detalladamente en la oferta, aún cuando, dicha oferta haga referencia a alguno de los programas descritos en este folleto, siempre que dicha remisión se realice a los exclusivos efectos de información general del destino.

3.4. Exclusiones

3.4.1. El precio del Viaje Combinado no incluye

Visiones, tasas de aeropuerto, y/o tasas de entrada y salida, certificados de vacunación, "extras" tales como cafés, vinos, licores, aguas minerales, regímenes alimenticios especiales- ni siquiera en los supuestos de pensión completa o media pensión, salvo que

expresamente se pacte en el contrato otra cosa-, lavado y planchado de ropa, servicios de hotel opcionales, y, en general, cualquier otro servicio que no figure expresamente en el apartado "El precio del viaje combinado incluye" o no conste específicamente detallado en el programa/oferta, en el contrato o en la documentación que se entrega al consumidor al suscribirse.

3.4.2. Excursiones o visitas facultativas

En el caso de excursiones o visitas facultativas no contratadas en origen, debe tenerse presente que no forman parte del contrato de viaje combinado. Su publicación en el folleto tiene mero carácter informativo y el precio está expresado con el indicativo de "estimado". Por ello, en el momento de contratarse en el lugar de destino, pueden producirse variaciones sobre sus costes, que alteren el precio estimado.

Por otra parte, dichas excursiones serán ofrecidas al consumidor con sus condiciones específicas y precio definitivo de forma independiente, no garantizándose hasta el momento de su contratación la posible realización de las mismas.

3.4.3. Viajes de nieve

En los viajes de nieve, salvo indicación en contrario en el programa/folleto, no estarán incluidos los remontes y cursillos de esquí.

3.4.4. Propinas

Dentro del precio del viaje combinado no están incluidas las propinas.

En el caso de los cruceros, en el precio del viaje no está incluida una aportación complementaria que usualmente, aunque de forma errónea, suele denominarse propina, cuyo importe está en función de la duración del viaje y que tiene como único destinatario al personal de servicio, respecto de la cual al inicio del viaje se advierte al cliente que debe asumir el compromiso de entregar a la finalización del viaje.

4. FORMA DE PAGO, INSCRIPCIONES Y REEMBOLSOS

En el acto de la inscripción, la Agencia podrá requerir un anticipo que en ningún caso será superior al 40% del importe total del viaje, exigiendo el correspondiente recibo en el que se especifique, además del importe anticipado por el consumidor, el viaje combinado solicitado. El importe restante deberá abonarse contra la entrega de los bonos o documentación del viaje, que deberá realizarse al menos siete días antes de la fecha de salida.

De no procederse al pago del precio total del viaje en las condiciones señaladas, se entenderá que el consumidor desiste del viaje solicitado, siéndole de aplicación las condiciones previstas en el apartado siguiente.

Todos los reembolsos que sean procedentes por cualquier concepto, se formalizarán siempre a través de la Agencia Detallista donde se hubiera realizado la inscripción, no efectuándose devolución alguna por servicios no utilizados voluntariamente por el consumidor.

5. DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR, CESIONES Y CANCELACIÓN DEL VIAJE POR NO ALCANZAR EL NÚMERO DE PERSONAS INSCRITAS EL MÍNIMO PREVISTO

En todo momento el usuario o consumidor puede desistir de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiera abonado, tanto si se trata del precio total como del anticipo previsto en el apartado precedente, pero deberá indemnizar a la Agencia por los conceptos que a continuación se indican:

- a) En el caso de servicios sueltos: La totalidad de los gastos de gestión, más los gastos de anulación, si se hubieran producido estos últimos.
- b) En el caso de viajes combinados y salvo que el desistimiento se produzca por causa de fuerza mayor:

- 1) Los gastos de gestión más los gastos de anulación, si los hubiere.
- 2) Una penalización, consistente en el 5% del total del viaje si el desistimiento se produce con más de diez días y menos de quince días de antelación a la fecha de comienzo del viaje; el 15% entre los días 3 y 10, y el 25% dentro de las cuarenta y ocho horas anteriores a la salida.

De no presentarse a la hora prevista para la salida, no tendrá derecho a devolución alguna de la cantidad abonada, salvo acuerdo entre las partes en otro sentido.

En el caso de que alguno de los servicios contratados y anulados estuviera sujeto a condiciones económicas especiales de contratación, tales como flete de aviones, buques, tarifas especiales, etc., los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo con las condiciones acordadas por ambas partes.

El consumidor del viaje combinado podrá ceder su reserva a una tercera persona, comunicándolo por escrito con quince días de antelación a la fecha de inicio del viaje salvo que las partes pacten un plazo menor en el contrato. El cesionario tendrá que reunir los mismos requisitos que tenía el cedente, exigidos con carácter general para el viaje combinado, y ambos responderán solidariamente ante la Agencia de Viajes del pago del precio del viaje y de los gastos adicionales justificados de la cesión.

En los casos que el Organizador condicione, y así lo especifique expresamente, la viabilidad de la oferta de viaje combinado a contar con un mínimo de participantes y por no alcanzarse ese número, se produzca la anulación del viaje, el usuario tendrá derecho exclusivamente al reembolso del total del precio o de las cantidades anticipadas, sin que pueda reclamar cantidad alguna en concepto de indemnización, siempre y cuando la Agencia se lo haya notificado por escrito con un mínimo de diez días de antelación a la fecha prevista de inicio del viaje.

ro, se produzca la anulación del viaje, el usuario tendrá derecho exclusivamente al reembolso del total del precio o de las cantidades anticipadas, sin que pueda reclamar cantidad alguna en concepto de indemnización, siempre y cuando la Agencia se lo haya notificado por escrito con un mínimo de diez días de antelación a la fecha prevista de inicio del viaje.

6. ALTERACIONES

La Agencia se compromete a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados contenidos en el programa/oferta que ha dado origen al contrato de viaje combinado, con las condiciones y características estipuladas, todo ello de acuerdo a los siguientes extremos:

- a) En el supuesto de que, antes de la salida del viaje, el Organizador se vea obligado a modificar de manera significativa algún elemento esencial del contrato, incluido el precio, deberá ponerlo inmediatamente en conocimiento del consumidor, bien directamente, cuando actúe también como detallista, bien a través del respectivo detallista en los demás casos.
- b) En tal supuesto, y salvo que las partes convengan otra cosa, el consumidor podrá optar entre resolver el contrato sin penalización alguna o aceptar una modificación del contrato en el que se precisen las variaciones introducidas y su repercusión en el precio. El consumidor deberá comunicar la decisión que adopte al Detallista o, en su caso, al Organizador dentro de los tres días siguientes a ser notificado de la modificación a que se refiere el apartado a).

En el supuesto de que el consumidor no notifique su decisión en los términos indicados, se entenderá que opta por la resolución del contrato sin penalización alguna.

- c) En el supuesto de que el consumidor opte por resolver el contrato, al amparo de lo previsto en el apartado b), o de que el Organizador cancele el viaje combinado antes de la fecha de salida acordada, por cualquier motivo que no le sea imputable al consumidor, éste tendrá derecho, desde el momento en que se produzca la resolución del contrato, al reembolso de todas las cantidades pagadas, con arreglo al mismo, o bien a la realización de otro viaje combinado de calidad equivalente o superior, siempre que el Organizador o Detallista pueda proponérselo.

En el supuesto de que el viaje ofrecido fuera de calidad inferior, el Organizador o el Detallista deberá reembolsar al consumidor, cuando proceda, en función de las cantidades ya desembolsadas, la diferencia de precio, con arreglo al contrato. Este mismo derecho corresponderá al consumidor que no obtuviese confirmación de la reserva en los términos estipulados en el contrato.

- d) En los anteriores supuestos, el Organizador y el Detallista serán responsables del pago al consumidor de la indemnización que, en su caso, corresponda por incumplimiento del contrato, que será del 5 por cien del precio total del viaje contratado, si el citado incumplimiento se produce entre los dos meses y quince días inmediatamente anteriores a la fecha prevista de realización del viaje; el 10 por cien si se produce entre los quince días y tres días anteriores, y el 25 por cien en el supuesto de que el incumplimiento citado se produzca en las cuarenta y ocho horas anteriores.

- e) No existirá obligación de indemnizar en los siguientes supuestos:

- 1) Cuando la cancelación se deba a que el número de personas inscritas para el viaje combinado sea inferior al exigido y así se comunique por escrito al consumidor antes de la fecha límite fijada a tal fin en el contrato.
- 2) Cuando la cancelación del viaje, salvo en los supuestos de exceso de reservas, se deba a motivos de fuerza mayor o causa suficiente, entendiendo por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles, cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida.

- f) En el caso de que, después de la salida del viaje, el Organizador no suministre o compruebe que no puede suministrar una parte importante de los servicios previstos en el contrato, adoptará las soluciones adecuadas para la continuación del viaje organizado, sin suplemento alguno de precio para el consumidor, y, en su caso, abonará a este último el importe de la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas. Si el consumidor continúa el viaje con las soluciones dadas por el Organizador, se considerará que acepta tácitamente dichas propuestas.

- g) Si las soluciones adoptadas por el Organizador fueran inviables o el consumidor no las aceptase por motivos razonables, aquél deberá facilitar a éste, sin suplemento alguno de precio, un medio de transporte equivalente al utilizado en el viaje para regresar al lugar de salida o a cualquier otro que ambos hayan convenido, sin perjuicio de la indemnización que en su caso proceda.

- h) En caso de reclamación, el detallista o, en su caso, el organizador deberá obrar con diligencia para hallar soluciones adecuadas.

- i) En ningún caso, todo aquello no incluido en el contrato de viaje combinado (como, por ejemplo, billetes de transporte desde el lugar de origen del pasajero hasta el lugar de salida del viaje, o viceversa, reservas del hotel en días previos o posteriores al viaje, etc.) será responsabilidad del Organizador, no existiendo obligación de indemnizar por esos posibles gastos de servicios independientes en caso de que el viaje se cancele por las causas previstas en el apartado e).

CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO DE PAISES LEJANOS

(Continuación)

Si los traslados/asistencia del hotel-aeropuerto o viceversa u otros similares, incluidos en la oferta, no se cumplen, fundamentalmente por causas ajenas al transferista y no imputables al Organizador, éste reembolsará únicamente el importe del transporte alternativo utilizado por el cliente en el desplazamiento, previa presentación del recibo o factura correspondiente.

7. OBLIGACIÓN DEL CONSUMIDOR DE COMUNICAR TODO INCUMPLIMIENTO EN LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El consumidor está obligado a comunicar todo incumplimiento en la ejecución del contrato -preferentemente "in situ" o, en otro caso, a la mayor brevedad posible- por escrito o en cualquier otra forma en que quede constancia, al organizador o al detallista y, en su caso, al prestador del servicio de que se trate. En el caso de que las soluciones arbitradas por la Agencia no sean satisfactorias para el consumidor, éste dispondrá del plazo de un mes para reclamar ante la Agencia detallista o el organizador, siempre a través de aquella. La Agencia detallista o el organizador dispondrán de cuarenta y cinco días naturales para dar respuesta a la reclamación planteada por el consumidor, plazo que comenzará a contarse a partir del día siguiente a la presentación de la reclamación ante la Agencia Detallista.

8. PRESCRIPCIÓN DE ACCIONES

No obstante lo dispuesto en el apartado precedente, el plazo de prescripción de las acciones derivadas de los derechos reconocidos en la Ley 21/85, reguladora de los Viajes Combinados (B.O.E. 7-7-85) será de dos años, según queda establecido en el Artículo 13 de la citada Ley.

9. RESPONSABILIDAD

9.1. General

La Agencia de Viajes Organizadora y la Detallista vendedora final del viaje combinado responderán frente al consumidor, en función de las obligaciones que les correspondan por su ámbito respectivo de gestión del viaje combinado, del correcto cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, con independencia de que éstas las deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores de servicios, y sin perjuicio del derecho de los Organizadores y Detallistas a actuar contra dichos prestadores de servicios. El Organizador manifiesta que asume las funciones de organización y ejecución del viaje.

Los Organizadores y los Detallistas de viajes combinados responderán de los daños sufridos por el consumidor como consecuencia de la no ejecución o ejecución deficiente del contrato. Dicha responsabilidad cesará cuando concorra alguna de las siguientes circunstancias:

1. Que los defectos observados en la ejecución del contrato sean imputables al consumidor.
2. Que dichos defectos sean imputables a un tercero ajeno al suministro de las prestaciones previstas en el contrato y revistan un carácter imprevisible o insuperable.
3. Que los defectos aludidos se deban a motivos de fuerza mayor, entendiendo por tales aquellas circunstancias ajenas a quien las invoca, anormales e imprevisibles cuyas consecuencias no habrían podido evitarse, a pesar de haber actuado con la diligencia debida.
4. Que los defectos se deban a un acontecimiento que el Detallista o, en su caso, el Organizador, a pesar de haber puesto toda la diligencia necesaria, no podía prever ni superar.

No obstante, en los supuestos de exclusión de responsabilidad por darse alguna de las circunstancias previstas en los números 2, 3, y 4 el organizador y el detallista que sean partes en el contrato de viaje combinado estarán obligados a prestar la necesaria asistencia al consumidor que se encuentre en dificultades.

9.2. Límites del resarcimiento por daños

En cuanto al límite del resarcimiento por los daños que resulten del incumplimiento o de la mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado, se estará a lo dispuesto en los Convenios Internacionales sobre la materia.

10. DELIMITACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL VIAJE COMBINADO

10.1. Viajes en avión. Presentación en el aeropuerto

En los viajes en avión, la presentación en el aeropuerto se efectuará con un mínimo de antelación de hora y media sobre el horario oficial de salida, y en todo caso se seguirán estrictamente las recomendaciones específicas que indique la documentación del viaje facilitada al suscriptor el contrato.

En la contratación de servicios sueltos, se recomienda que el cliente reconfirme con cuarenta y ocho horas de antelación los horarios de salida de los vuelos.

10.2. Hoteles

10.2.1. General

La calidad y contenido de los servicios prestados por el hotel vendrá determinada por la categoría turística oficial, si la hubiera, asignada por el órgano competente de su país. Dada la vigente legislación al respecto, que establece sólo la existencia de habitaciones individuales y dobles permitiendo que en algunas de estas últimas pueda habilitarse una tercera cama, se estimará siempre que la utilización de la tercera cama, se hace con el conocimiento y consentimiento de las personas que ocupan la habitación. Esta última estimación deriva de la circunstancia cierta de haber sido advertidos previamente, así como de figurar reflejada la habitación como triple en todos los impresos de reservas facilitados al consumidor al abonar el anticipo, en el contrato y los billetes y/o documentación del viaje que se entrega simultáneamente a la firma del mismo. Igualmente en los casos de habitaciones dobles para uso de hasta cuatro personas, con cuatro camas, cuando así se especifique en la oferta del programa/folleto.

El horario habitual para la entrada y salida en los hoteles está en función del primer y último servicio que el usuario vaya a utilizar. Como norma general y salvo que expresamente se pacte otra cosa en el contrato, las habitaciones podrán ser utilizadas a partir de las 14 horas del día de llegada y deberán quedar libres antes de las 12 horas del día de salida.

Cuando el servicio contratado no incluya el acompañamiento permanente de guía y en el supuesto de que el usuario prevea su llegada al hotel o apartamento reservado en fechas u horas distintas a las reseñadas, es necesario, para evitar problemas y malas interpretaciones, comunicar con la mayor anticipación posible tal circunstancia a la Agencia Organizadora, o al hotel o a los apartamentos directamente, según los casos.

Igualmente, debe consultarse a la Agencia, en el momento de hacer la reserva, la posibilidad de llevar animales, pues generalmente no son admitidos en los hoteles y apartamentos. En el supuesto de haber confirmado la admisión de animales y se pretenda viajar con ellos, tal circunstancia deberá hacerse constar en el contrato.

El servicio de alojamiento de hotel implicará que la habitación esté disponible en la noche correspondiente, entendiéndose prestado con independencia de que, por circunstancias propias del viaje combinado, el horario de entrada en el mismo se produzca más tarde de lo inicialmente previsto.

10.2.2. Otros servicios

En los vuelos cuya llegada al punto de destino se realice después de las 12:00 horas, el primer servicio del hotel, cuando esté incluido en la oferta del programa/folleto, será la cena. Igualmente, en los vuelos cuya llegada al punto de destino se realice después de las 19:00 horas, el primer servicio del hotel será el alojamiento.

Se entenderá siempre como trayecto aéreo directo aquel cuyo soporte documental sea un solo cupón de vuelo, con independencia de que el vuelo realice alguna parada técnica.

10.2.3. Servicios suplementarios

Cuando los usuarios soliciten servicios suplementarios (por ejemplo habitación vista al mar, etc.) que no les puedan ser confirmados definitivamente por la Agencia Organizadora, el usuario podrá optar por desistirse definitivamente del servicio suplementario solicitado o mantener su solicitud a la espera de que tales servicios puedan finalmente ser prestados.

En el supuesto de que las partes hubieran convenido el pago previo del precio de los servicios suplementarios que finalmente no le puedan ser prestados, el importe abonado le será reembolsado por la Agencia detallista inmediatamente al desistimiento del servicio por parte del consumidor o al regreso del viaje, según el usuario haya optado por el desistimiento en la prestación del servicio suplementario solicitado o haya mantenido la solicitud.

10.3. Apartamentos

Al efectuar la reserva, el cliente es plena y exclusivamente responsable de hacer la declaración correcta del número de personas que ha de ocupar el apartamento, sin omitir los niños cualquiera que sea su edad.

Se advierte que la administración de los apartamentos puede legalmente negarse a admitir la entrada de aquellas personas no declaradas, no habiendo lugar a reclamación alguna por esta causa.

En algunos casos hay posibilidad de habilitar cama(s) supletoria(s) o cunas, que deberán ser solicitadas por los clientes antes de perfeccionarse el contrato, y que salvo expresa mención en contrario, no estarán incluidas en el precio publicado del apartamento.

10.4. Condiciones económicas especiales para niños

Dada la diversidad del tratamiento aplicable a los niños, dependiendo de su edad, del proveedor de servicios y de la fecha del viaje, se recomienda consultar siempre el alcance de las condiciones especiales que existan y que en cada momento serán objeto de información concisa y detallada y se recogerá en el contrato o en la documentación del viaje que se entregue en el momento de

su firma. En general, en cuanto al alojamiento, serán aplicables siempre que el niño comparta la habitación con dos adultos. En lo referente a estancias de menores en el extranjero se estará a la información facilitada puntualmente para cada caso y a lo que pueda constar en el contrato o en la documentación del viaje que se entregue al suscriptor.

11. PASAPORTES, VISADOS Y DOCUMENTACIÓN

Todos los usuarios, sin excepción (niños incluidos), deberán llevar en regla su documentación personal y familiar correspondiente, sea el pasaporte o D.N.I., según las leyes del país o países que se visiten. Será por cuenta de los mismos cuando los viajes así lo requieran la obtención de visados, pasaportes, certificados de vacunación, etc. Caso de ser rechazada por alguna Autoridad la concesión de visados, por causas particulares del usuario, o ser denegada su entrada en el país por carecer de los requisitos que se exigen, o por defecto en la documentación exigida, o por no ser portador de la misma, la Agencia Organizadora declina toda responsabilidad por hechos de esta índole, siendo por cuenta del consumidor cualquier gasto que se origine, aplicándose en estas circunstancias las condiciones y normas establecidas para los supuestos de desistimiento voluntario de servicios. Se recuerda igualmente a todos los usuarios, y en especial a los que poseen nacionalidad de países de la zona, que deben asegurarse, antes de iniciar el viaje, de tener cumplidas todas las normas y requisitos aplicables en materia de visados a fin de poder entrar sin problemas en todos los países que vayan a visitarse. Los menores de 18 años deben llevar un permiso escrito firmado por sus padres o tutores, en previsión de que el mismo pueda ser solicitado por cualquier autoridad.

12. INFORMACIÓN QUE LA AGENCIA DETALLISTA DEBE FACILITAR AL CONSUMIDOR

Se informa al consumidor que en el momento de la celebración del contrato deberá recibir de la Agencia Detallista la información pertinente sobre la documentación específica necesaria para el viaje elegido.

13. SEGURO

Los viajes de este catálogo gozan de la cobertura del "Seguro de Accidentes y Asistencia" (accidentes: nº póliza 95100071. Seguros El Corte Inglés Ramos Generales y Reaseguros S.A. Asistencia: Cía Europea de Seguros, póliza nº 07620001353). Con las garantías que se mencionan en la pág. 3 del folleto de color e información de los riesgos probables implícitos al destino y al viaje contratado, en cumplimiento de la Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios.

Exclusiones:

No están cubiertas por las garantías:

- a. Las garantías y prestaciones que no hayan sido solicitadas al Asegurador y no hayan sido efectuadas por o con su acuerdo, salvo en caso de fuerza mayor o de imposibilidad material demostrada.
- b. Los siniestros causados por dolo del Asegurado, del Tomador del Seguro, de los derechohabientes o de las personas que viajen con el Asegurado.
- c. Los siniestros ocurridos en caso de guerra, manifestaciones y movimientos populares, sabotajes, huelgas, detenciones por parte de cualquier autoridad por delito no derivado de accidente de circulación, restricciones a la libre circulación, a menos que el Asegurado pruebe que el siniestro no tiene relación con tales acontecimientos.
- d. Los accidentes o averías que sobrevengan en la práctica de competiciones deportivas oficiales o privadas, así como los entrenamientos o pruebas y las apuestas.
- e. Los siniestros que tengan por causa las irradiaciones procedentes de la transmutación o desintegración nuclear o la radioactividad.
- f. El rescate en montaña, mar o desierto.
- g. Las enfermedades o lesiones que se produzcan como consecuencia de padecimientos crónicos o previos al viaje, sus complicaciones o recaídas y el SIDA en cualquiera de sus etapas.
- h. Las lesiones sobrevenidas en el ejercicio de una profesión de carácter manual.
- i. Suicidio o enfermedades y lesiones resultantes del intento o causadas intencionalmente por el asegurado o a sí mismo.
- j. Tratamiento o enfermedades o estados patológicos producidos por ingestión o administración de tóxicos (drogas), alcohol, narcóticos o por la utilización de medicamentos sin prescripción médica.
- k. Los gastos incurridos en cualquier tipo de prótesis.
- l. Partos, embarazos, salvo complicaciones imprevisibles de los seis primeros meses.
- m. Cualquier tipo de honorario o gastos médicos o farmacéuticos inferior a 15,03 €.
- n. Las revisiones médicas, periódicas, preventivas y pediátricas.

14. VIGENCIA

La vigencia del programa/folleto será del 1/5/2002 al 15/12/2002. Fecha de edición: 29 Enero 2002.

NOTA IMPORTANTE: (Código folleto: V02PL)

Precios válidos para estancias comprendidas en las fechas indicadas. De no coincidir con las mismas, el precio exacto debe calcularse tomando como base la fecha de salida y los suplementos o deducciones basadas en los días extras publicados.

ANEXO V.- PANAVISIÓN (Verano 2001)

CONDICIONES GENERALES

1. Regulación jurídica aplicable y aceptación de las condiciones.

El contrato, de obligado cumplimiento para ambas partes en los términos previstos en el mismo, es instituido por las cláusulas contenidas en las Condiciones Generales publicadas en este folleto, que completan y desarrollan la legislación específica aplicable sin contravenir. Es un contrato de "viaje combinado", puesto que en el mismo se incluyen un conjunto de servicios previamente programados y ofertados por un precio global, o proyectados a solicitud del cliente también a un precio global. Se considera perfeccionado, en virtud del art. 1.258 C.C., en el momento en que la Agencia entregue los bonos y/o billetes correspondientes a los servicios comprendidos en el viaje, que constituyen la formalización documental del mismo.

El hecho de adquirir o tomar parte en cualquiera de los viajes publicados en el presente folleto origina la expresa aceptación por parte del consumidor de todas y cada una de las Condiciones Generales, que se considerarán automáticamente incorporadas al contrato, sin que sea precisa su transcripción escrita individualizada en el mismo, salvo en lo referido a la Ley 21/1995 de 6 de julio y demás disposiciones concordantes de las Comunidades Autónomas.

MUY IMPORTANTE: Este a disposición de los Sres. clientes el preceptivo CONTRATO DE VIAJE COMBINADO, que rogamos soliciten en la Agencia de viajes por cuya mediación contrato su viaje y que protege los derechos del consumidor; por lo que si por cualquier motivo no le fuere entregado debidamente cumplimentado, solicite su formalización a la agencia minorista para evitar en una eventual renuncia a los derechos reconocidos en la legislación turística. Las partes contratantes se someten expresamente a la jurisdicción de los Tribunales de la ciudad correspondiente al domicilio social del Organizador del presente contrato de Viaje Combinado para resolver todas sus diferencias.

La organización de estos viajes ha sido realizado por Circuitos a Fondo, S.A., C.I.F. A78939410 con domicilio en la C/ Goya, 22, 7.ª planta - 28001 Madrid. C.I.C.M.A. 419.

2. Inscripciones y reembolsos.

En el acto de la inscripción deberá depositarse el 40% del importe total del viaje, no considerándose plaza alguna como comprometida en firme mientras no se efectúe dicho depósito. El 60% restante deberá abonarse, al menos siete días antes de la fecha de salida, considerándose en caso contrario la plaza como anulada, aplicándose, en tal supuesto, las condiciones reseñadas en el apartado anulaciones.

Los precios indicados en este folleto son precios que tienen incluidos los impuestos indirectos sobre el consumo cuando sean aplicables, que al haber sido calculados en base a las tarifas y cambios de moneda vigentes en la fecha de edición del folleto (1.1.1999) que contiene el programa oferta que ha dado origen a este contrato de viajes combinados y/o sus apéndices y ofertas acogidos al mismo, podrán ser revisados en el caso de que se produzcan variaciones en el coste de los transportes, incluido el coste de carburante, en las tasas e impuestos relativos a determinados servicios; y en los tipos de cambio aplicados al viaje. Estas variaciones serán imputadas automáticamente al consumidor salvo en el caso de que se produzca en los 20 días anteriores a la salida del usuario. En tal caso, la Agencia Detallista se comunicará a la Agencia Organizadora para que esta, a su vez, se comunique al consumidor, quien podrá desistir del viaje, con derecho al reembolso de sus pagos. Todos los reembolsos que sean procedentes por cualquier concepto se formalizarán siempre a través de la Agencia Detallista, donde se hubiera realizado la inscripción, no efectuándose devolución alguna por servicios no utilizados voluntariamente por el consumidor.

3. El precio del viaje combinado incluye:

1. El transporte de ida y regreso cuando este servicio esté incluido en el contrato.

2. El alojamiento y/o pensión alimenticia en el régimen contratado en cada caso en los hoteles o establecimientos asignados o en otros similares en casos de sustitución.

3. Las tasas o impuestos de los establecimientos hoteleros.

4. Tasas de aeropuerto y/o tasas de entrada y salida excepto cuando se indican como suplemento o a pagar directamente por el consumidor.

5. La asistencia técnica durante el viaje, cuando este servicio esté específicamente incluido.

6. Todos los demás servicios y complementos que se especifican concretamente en los itinerarios correspondientes.

7. Los impuestos indirectos (I.V.A., I.G.I.C.) cuando éstos sean aplicables.

8. Todo aquello que se detalla de forma específica en el folleto-oferta y/o en el contrato.

Cuando se realice la contratación del viaje combinado como consecuencia de ofertas especiales, de última hora o equivalentes, a precio distinto del expresado en este folleto, ha de entenderse que los servicios comprendidos son únicamente aquellos que se especifican detalladamente en la oferta, aún cuando, a efectos de información general del destino, dicha oferta haga referencia a alguno de los programas descritos en este folleto.

La única interpretación auténtica de los servicios comprendidos en el viaje será la que ofrezca la Agencia Organizadora, lo que significa que el consumidor, en caso de tener alguna duda, habrá de consultar a la misma antes del inicio del viaje, o fin de evitar posteriores reclamaciones. Como norma general, no se sigue un criterio estricto de literalidad, que conduce a la conclusión de que lo que no esté específicamente detallado como comprendido en el precio del viaje, no estará incluido en éste.

4. Nuestros precios no incluyen:

Visados, certificados de vacunación, extras tales como cafés, vinos, licores, aguas minerales, regímenes alimenticios especiales, lavado y planchado de ropa, servicios de hotel opcionales (mini-bar), etc. Las excursiones facultativas no forman parte del contrato; su publicación en el folleto tiene mero carácter informativo y el precio está expresado con el indicativo de "estimado"; por ello, en el momento de contratarse, pueden producirse variaciones sobre sus costes, que alteren el precio estimado. Dichas excursiones, dado su carácter opcional, y no sujeto al programa/oferta objeto del presente contrato de viajes combinados, serán ofrecidas al consumidor con sus condiciones específicas y precio definitivo de forma independiente, no garantizándose hasta el momento de su contratación la posible realización de las mismas. Dentro del precio del viaje, no están incluidas las propinas. En el caso de los cruceros, la propina pierde su voluntariedad. Esa cantidad, fijada antes de comenzar el crucero, tiene como único destinatario al personal de servicio. En el caso de desayuno incluido, se considerará siempre "tipo continental" salvo indicación en contrario. Los horarios de vuelos son orientativos, no formando parte del contrato, al depender esta prestación de un tercero suministrador.

5. Hoteles.

La calidad y contenido de los servicios prestados por el hotel vendrán determinados por la categoría turística oficial, si la hubiese, asignada por el órgano competente de su país. Dada la vigente legislación al respecto, que establece sólo la existencia de habitaciones individuales y dobles permitiendo que en algunas de estas últimas pueda habilitarse una tercera cama, se estimará siempre que la utilización de la tercera cama se hace con el conocimiento y consentimiento de las personas que ocupen la habitación. Esta táctica estimación deriva de la circunstancia cierta de haber sido advertidos previamente, y en consecuencia, en los casos de habitaciones dobles para uso de hasta cuatro personas cuando así se especifica en la oferta al programa/oferta. La mayoría de los establecimientos de alojamiento no disponen de habitaciones para tres o cuatro personas, salvo excepciones como Disneyland, en cuyo caso prestan dichos servicios en habitaciones dobles con cama supletoria, incluidas hasta las de tipo turco, plegable o en sofás-cama. El horario habitual para la entrada y salida en los hoteles, está en función del primer y último servicio que el usuario vaya a utilizar. Como norma general, las habitaciones podrán ser utilizadas a partir de las 14 horas del día de llegada y deberán quedar libres antes de las 12 horas del día de salida.

Servicios Alimenticios. En los vuelos cuya llegada al punto de destino se realice después de las 12,00 horas, el primer servicio de hotel (cuando esté incluido en el programa/oferta) será la cena. Igualmente, en los vuelos cuya llegada al punto de destino se realice después de las 19,00 horas, el primer servicio de hotel será el alojamiento.

6. Servicios Suplementarios.

Cuando los usuarios soliciten, previo pago correspondiente, servicios suplementarios que no les puedan ser confirmados definitivamente por la Agencia Organizadora, y éstos no puedan ser facilitados, la Agencia Organizadora no contraerá más responsabilidad que la de reembolsar el importe pagado por tales servicios, que el usuario recibirá al final del viaje a través de la Agencia Detallista.

7. Equipajes.

A todos los efectos y en cuanto al transporte terrestre se refiere, se entenderá que el equipaje y demás enseres personales del usuario los conserva consigo, cualquiera que sea la parte del vehículo en que vaya colocado y, que se transporta por cuenta y riesgo del usuario, sin que la Agencia Organizadora venga obligada a responder a la pérdida, robo, o daños que el mismo pudiera sufrir durante el viaje por cualquier causa, incluida la manipulación en traslados hotel/aeropuerto o viceversa, cuando existan. Se recomienda a los usuarios que estén presentes en todas las manipulaciones de carga y descarga de los equipajes al transporte aéreo, marítimo o fluvial del equipaje, son de aplicación las condiciones de las compañías transportadoras, siendo el billete del pasaje el único contrato vinculante entre las citadas compañías y el pasajero. En el supuesto de sufrir algún daño o extravío se recomienda presentar, en el acto, la oportuna reclamación a la Compañía de Transportes.

8. Condiciones económicas especiales para niños.

Dada la diversidad del tratamiento aplicable a los niños, dependiendo de su edad, del proveedor de servicios y de la fecha del viaje, se recomienda consultar siempre el alcance de las condiciones especiales que existan y que en cada momento serán objeto de información concreta y detallada. En general, en cuanto al alojamiento, serán aplicables siempre que el niño comparta la habitación con dos adultos.

9. Documentación.

Todos los usuarios, sin excepción, deberán llevar en regla su documentación personal y familiar correspondiente; sea el pasaporte o D.N.I., según las leyes del país o países que se visiten. Será por cuenta de los mismos cuando los viajes así lo requieran la obtención de visados, pasaportes, certificados de vacunación, etc. Caso de ser rechazada por alguna Autoridad la concesión de visados, por causas particulares del usuario, o ser denegada su entrada en el país por carácter de los requisitos que se exigen, o por defecto de la documentación exigida, o por no ser portador de la misma, la Agencia Organizadora declina toda responsabilidad por hechos de esta índole, siendo por cuenta del consumidor cualquier gasto que se origine, aplicándose en estas circunstancias las condiciones y normas establecidas para los supuestos de anulación o desistimiento voluntario de servicios. Se recuerda igualmente a todos los usuarios que deben asegurarse, antes de iniciar el viaje, de tener cumplidas todas las normas y requisitos aplicables en materia de visados a fin de poder entrar sin problemas en todos los países que vayan a visitarse.

El usuario podrá solicitar a la Agencia Detallista que le informe de la documentación específica necesaria para el viaje elegido, así como asesoramiento sobre la suscripción facultativa de un contrato que le cubra de los gastos de cancelación.

10. Anulaciones y cesiones.

En todo momento el usuario o consumidor puede desistir de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiera abonado, tanto si se trata del precio total como del depósito previsto anteriormente, pero deberá indemnizar a la Agencia por los conceptos que a continuación se indican:

NOTAS comunes a todos los circuitos:

- Excepcionalmente puede producirse algún cambio de hotel sobre el indicado para cada fecha y ciudad. PANAVISION TOURS se responsabilizará de ofrecer a los Sres. clientes otro de igual o superior categoría con idéntico o similar emplazamiento.
- Los hoteles indicados van para las salidas del primer grupo. Cuando se doble una salida los hoteles serán otros (siempre de la misma categoría o superior) y se comunicará a los pasajeros antes del inicio del viaje.

A. Circuitos en autocar:

- Los pasajeros con salida desde Zaragoza, Lérida, Levante y Cataluña, que hayan elegido viajes en pensión completa, no tienen incluido el almuerzo del primer y último día y Santander, Bilbao, San Sebastián y Pamplona (en circuitos con la 1.ª noche en Burdeos) • Las salidas desde Canarias (sólo residentes) tienen incluida una noche en Madrid en AD y el traslado del aeropuerto al hotel el día de llegada • Las incorporaciones a nuestros circuitos, podrán ser realizadas por cualquier medio de transporte regular, ferrocarril o transporte propio del viajero, excepto en ciudades de origen y en ruta del circuito programado. Los traslados en Madrid y Barcelona no están incluidos.

B. Circuitos en avión:

- Los PVP de los circuitos a Italia en avión están basados en vuelos de Alitalia desde Madrid, Barcelona, Valencia y Málaga. Consultar posibles suplementos vuelos Iberia y otras compañías aéreas desde éstas y otras ciudades. • Los PVP de los circuitos a París, Países Bajos volando a París, están basados en vuelos de Air France desde Madrid, Barcelona, Málaga y Biarritz. Consultar posibles suplementos vuelos Iberia y otras compañías aéreas desde éstas y otras ciudades. • Los PVP de los circuitos a Frankfurt, Zurich y Munich están basados en los vuelos de Lufthansa desde Madrid y Barcelona. Consultar posibles suplementos vuelos Iberia y otras compañías aéreas desde éstas y

b) En el caso de servicios sueltos, la totalidad de los gastos de gestión, más los gastos de anulación, si se hubieran producido estos últimos.
 c) En el caso de viajes combinados: gastos de anulación más una penalización consistente en el 5% del total del viaje si el desistimiento se produce con más de diez días y menos de quince de antelación a la fecha del comienzo del viaje; el 15% entre los días 3 y 10 y el 25% dentro de las 48 horas anteriores a la salida. De no presentarse a la hora prevista a la salida, no tendrá derecho a devolución alguna de la cantidad abonada salvo acuerdo de las partes en otro sentido.
 c) Todas las reservas que incluyan el alojamiento dentro del complejo Disneyland París tendrán unos gastos de anulación de 15.000 ptas. por persona además de los arriba indicados, sin tener en cuenta los días de antelación a la salida con los que se anula la reserva.
 En la presentación a la hora prevista de salida supondrá la pérdida total del importe del viaje salvo causa de fuerza mayor demostrable.
 Las cuantías que representan estas penalizaciones serán deducidas del depósito efectuado.

En el caso de que alguno de los servicios contratados y anulados estuviera sometido a condiciones especiales económicas de contratación, tales como fletes de aviones o buques, contratación de apartamentos, tarifas especiales de avión (en las que se deberá abonar el 100% de los billetes ya emitidos) o alojamiento, servicios prestados en determinados países, etc., los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo con sus condiciones específicas, según se reflejan en el folleto que incluye el programa oferta que ha dado origen a este contrato de Viaje Combinado.

c) Las exclusiones que sean contratadas originariamente como parte integrante del viaje combinado, así como aquellas que adquiere el consumidor en destino, se registrarán en el referente a los gastos de anulación por sus condiciones específicas, compartiendo todas ellas la penalización del 100% de su importe si el consumidor no se presenta a las mismas. Las condiciones específicas, fijadas para los gastos de anulación, serán plenamente aplicables con independencia de que la cancelación se haya producido por causas de fuerza mayor del consumidor. El consumidor del viaje combinado podrá ceder su reserva a una tercera persona siempre que lo comunique con 15 días de antelación a la fecha del inicio del viaje.

El cesionario tendrá que reunir los mismos requisitos que tenía el cedente, exigido con carácter general para el viaje combinado, y ambos responderán solidariamente ante la agencia de viajes del pago del precio del viaje y de los gastos adicionales de la cesión.
 Cuando por el tipo de tarifa o características propias del medio de transporte a utilizar, o cuando las características de los servicios a realizar por prestadores terceros hagan del todo imposible la cesión, y así se hayan reflejado en el programa oferta objeto de este contrato de este viaje combinado, el organizador y vendedor final de este podrán obtener la mencionada cesión.

SEGURO ANULACIÓN. La contratación de esta cobertura deberá realizarse en el momento que se efectúa la reserva del viaje elegido, y se abonará conjuntamente con el importe de dicho viaje. Esta cobertura es aplicable a los casos justificados de anulación en general, hasta 8 días antes de la fecha de salida del viaje. Si la cancelación se produce dentro de los 8 días naturales anteriores al viaje, es imprescindible para aplicar la cobertura la presentación de documentos justificativos de la anulación, causada por enfermedad, fallecimiento (certificados médicos y de internamiento en clínica, de defunción...).

11. Alteraciones.

La agencia se compromete a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados a través de los programas oferta contenidos en sus folletos, con las condiciones y características que en ellos se describen. Quedará exenta de esta obligación cuando, por causas de fuerza mayor, existan circunstancias ajenas a quienes las invocan, anormales e imprevisibles, cuyas consecuencias no habrían podido evitarse pese a toda la diligencia empleada; o bien causas suficientes, que engloban aquellos supuestos en los que la agencia, a pesar de actuar con la previsión y diligencia debida, no pueda facilitar los servicios contratados por razones que no le sean imputables, entendidas ambas según las legislaciones vigentes.

Si se produce la imposibilidad de prestar algún servicio por parte de la agencia organizadora, después de perfeccionado el contrato, y antes de la salida del viaje, el consumidor podrá optar bien por la rescisión del contrato sin penalización, o bien por aceptar un ítem, del contrato en el cual se precise las modificaciones introducidas y su repercusión en el precio, debiendo comunicar su decisión a la agencia en el plazo de tres días. No se podrá pedir indemnización por incumplimiento de contrato cuando la imposibilidad venga motivada por causas suficientes o de fuerza mayor, o cuando el usuario haya aceptado la modificación al contrato mencionado anteriormente.
 Si por cualquier motivo que no sea imputable al consumidor, ni tenga su justificación en causas suficientes o de fuerza mayor, la agencia organizadora cancela el viaje combinado, el consumidor tendrá derecho al otro viaje combinado de calidad equivalente o superior, o bien al reembolso del total abonado, en los términos establecidos en el párrafo anterior, debiendo comunicar su decisión a la agencia en el plazo de 3 días. No se podrá pedir indemnización por incumplimiento de contrato cuando la cancelación del mismo se produzca por causa suficiente o de fuerza mayor.

Si no se suministra una parte importante de los servicios previstos por causas suficientes o de fuerza mayor, la agencia organizadora adoptará otras soluciones adecuadas para la continuación del viaje combinado, sin ítem, alguno precio para el consumidor, y, en su caso, abonará a este último la diferencia entre las prestaciones previstas y las suministradas. Si tales soluciones fuesen inviables o si el consumidor no las aceptara por razones objetivamente válidas, la agencia le proporcionará, en todo caso, el regreso hasta el punto de origen, a través de un medio de transporte equivalente, devolviéndole las cantidades que proporcionalmente le correspondan. En estas situaciones el consumidor podrá exigir indemnización por incumplimiento de contrato a la agencia organizadora. No procediendo esta cuando hayan concurrido causas suficientes o de fuerza mayor.

No se realizarán reembolsos por servicios no utilizados voluntariamente por el viajero.

Cualquier imposibilidad de prestación de los servicios o alteración de los elementos de los mismos (incluido en precio), puesta de manifiesto por la agencia organizadora al usuario antes del perfeccionamiento del contrato, no podrá justificar una solicitud de indemnización a la agencia por parte del consumidor por incumplimiento de contrato, puesto que este aún no se ha perfeccionado, enmarcándose dicha modificación del programa oferta dentro del natural proceso de negociación del contrato.

El servicio de traslado del aeropuerto, puerto o estación al hotel u otro lugar previsto en el viaje, se encuentra contratado como norma general, hasta una hora después de la hora oficial prevista de llegada del usuario a los mismos. Por ello, si la ciudad de destino se procede después de este plazo, aunque sea por causas de fuerza mayor, el servicio de traslado podrá no ser prestado. Si los traslados/asistencia del hotel-aeropuerto o viceversa u otros similares, incluidos en la oferta, no se cumplen, fundamentalmente por causas ajenas al traslado y no imputables al Organizador, éste reembolsará únicamente el importe del transporte alternativo utilizado por el cliente en el desplazamiento, previa presentación del recibo o factura correspondiente.

Como condición para tener las salidas garantizadas, PANAVISION se reserva el derecho, si el número de viajeros es inferior a 20 a realizar el circuito sin la asistencia técnica del guía acompañante. En este supuesto, se realizarán las gestiones necesarias, en el caso de existir transporte en autobús, para que el conductor del mismo sea un buen conocedor del recorrido, y según el caso haga las funciones de delegado del grupo. En el supuesto de que alguna de las salidas no garantizadas no alcance el mínimo de 20 inscripciones, se procederá a la anulación del viaje, debiendo ser comunicado a los consumidores con un mínimo de 10 días antes de la salida. Para la prestación del resto de los servicios no garantizados que se encuentren ofertados, se requerirá un mínimo de 20 personas.

12. Responsabilidad.

La Agencia de Viajes Organizadora y la Destinatada vendedora final del viaje combinado responderán frente al consumidor, en función de las obligaciones que les correspondan por su ámbito respectivo de gestión del viaje combinado, del correcto cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, con independencia de que estas las deban ejecutar ellos mismos u otros prestadores de servicios, y sin perjuicio del derecho de los Organizadores y Destinatadas a acción contra dichos prestadores de servicios. A título informativo, el Organizador manifiesta que asume las funciones de organización y ejecución del viaje.

Cuando el consumidor aprecie "in situ" falta o mala ejecución de los servicios contratados, deberá comunicarlo inmediatamente al prestador de los mismos y a la Agencia Organizadora, con el fin de poder solucionarlo en el momento.
 En el caso de que el consumidor considere que las soluciones arbitradas por la Agencia Organizadora no hayan sido satisfactorias, podrá reclamar por escrito en el plazo de 1 mes a contar desde la fecha de regreso del viaje ante la citada Agencia Organizadora, que será presentado a través de la Agencia Destinatada que vendió el viaje. Ello, sin perjuicio de la posible interposición de cualquier otra reclamación que estime pertinente. El plazo de prescripción de las acciones derivadas de los derechos reconocidos en la Ley 21/1995 será de dos años, según queda establecido en el Artículo 13 de la citada Ley.

En cuanto al límite del resarcimiento por daños corporales que resulten del incumplimiento o de la mala ejecución de las prestaciones incluidas en el viaje combinado, se estará a lo dispuesto en los Convenios Internacionales sobre la materia. Por lo que se refiere a los daños que no sean corporales, la indemnización nunca podrá ser superior al precio total del viaje inicialmente contratado. En ningún caso la agencia se responsabiliza de los gastos de alojamiento, manutención, transportes y otros que se originen a consecuencia de retrasos en salidas o regresos de medios de transporte por causas meteorológicas, técnicas, huelgas u otras de fuerza mayor.

Cuando el viaje se efectúe en autocares propios o alquilados por la Agencia Organizadora, en caso de accidente, cualquiera que sea el país donde se produzca, el consumidor se somete expresamente a la legislación en materia de accidentes por carretera de la nación en que se halle matriculado el vehículo, pudiendo acogerse, en cuanto a daños personales se refiere, al seguro del mínimo de acuerdo con el correspondiente cuadro de indemnizaciones previstas al efecto, y en virtud del cual dichas indemnizaciones serán pagadas a los interesados, beneficiarios o sus representantes legales en el país de matriculación del vehículo y precisamente en la moneda legal del mismo.
 Para el buen comienzo de los viajes en los que se utiliza el avión como medio de transporte, se ruega la presentación en el aeropuerto con un mínimo de antelación de hora y media sobre el horario oficial de salida, y en todo caso ajustarse estrictamente a las recomendaciones específicas que se marcan en la documentación informativa del viaje.

Las compañías aéreas, marítimas y terrestres que intervengan en la realización de los viajes ofertados en este folleto no se considerarán responsables de ninguno de los actos, omisiones o irregularidades que puedan afectar al viajero durante el tiempo que se permanezca fuera de los respectivos medios de transporte. El contrato de pasaje constituirá el único lazo que una a la compañía transportista y al consumidor o viajero.

13. Vigencia.

La programación del presente folleto tiene validez desde el 15.5.01 al 31.10.01, siendo vinculante para la agencia organizadora para ese periodo. No obstante, serán válidos los cambios en dicha información cuando se haya comunicado al consumidor antes de la celebración del contrato; o se hayan acordado modificaciones entre las partes contratantes.

FECHA DE EDICIÓN: Madrid, MAYO 2001.

otras ciudades. • Los PVP de los circuitos a Praga están basados en vuelos especiales desde Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla. Consultar posibles suplementos y otras compañías aéreas para Madrid y Barcelona. • Los PVP de los circuitos a Budapest están basados en vuelos de Lufthansa desde Madrid y Barcelona. Consultar posibles suplementos vuelos Iberia y otras compañías aéreas desde estas y otras ciudades. • Los PVP de los circuitos a Ginebra están basados en vuelos Swissair desde Madrid y Barcelona. Consultar posibles suplementos vuelos Iberia y otras compañías aéreas desde estas y otras ciudades. • Los PVP de los circuitos de Viena están basados en vuelos de Lufthansa desde Madrid y Barcelona. Consultar posibles suplementos vuelos Iberia y otras compañías aéreas desde estas y otras ciudades.

NOTAS DE INTERÉS

Documentación para pasajeros con nacionalidad española: Italia: pasaporte o DNI en vigor / Francia: pasaporte o DNI en vigor / Bélgica: pasaporte o DNI en vigor / Gran Bretaña: pasaporte o DNI en vigor / Alemania: pasaporte o DNI en vigor / República Checa: pasaporte en vigor / Hungría: pasaporte en vigor / Austria: pasaporte o DNI en vigor / Suiza: pasaporte o DNI en vigor. • Los descuentos no son acumulables, ni aplicables a programas especiales. • Nuestras tarifas son válidas sólo para los residentes canarios. • Las habitaciones triples constan de dos camas y una cama supletoria que con muchos hoteles puede ser un sofá cama. • Todos los circuitos que pernocten en Venecia, tienen incluido en el precio, además del traslado a la Plaza de Roma para la visita a la ciudad, el traslado hasta la Plaza de Roma también el día de llegada después de la cena y supone una estancia en Venecia de aproximadamente hora y media. • En los circuitos que lleven incluido el servicio de maletas, éste solamente está incluido en las ciudades que se pernoctará más de una noche. • Durante periodos de ferias o Congresos la pernoctación en algunas ciudades se alterará, haciéndose en otra próxima, casos como: Colonia, Frankfurt, Milán, Ginebra, Munich, etc.

ANEXO VI.- CONTRATO DE VIAJE COMBINADO

Billete de Pasaje (Panavisión)

AVISO

Si el viaje del pasajero termina o tiene una escala en un país que no sea el de salida, puede aplicarse el Convenio de Varsovia, rigiendo dicho Convenio y, en la mayoría de los casos, limitando la responsabilidad de los transportistas por muerte o lesiones personales, así como por pérdida del equipaje o daños sufridos por el mismo. Véase también el aviso titulado "Aviso a los Pasajeros Internacionales sobre limitación de Responsabilidad".

CONDICIONES DEL CONTRATO

1. A los efectos de este contrato "boleto" significa "boleto de pasaje y talón de equipaje", del cual forman parte las presentes condiciones y avisos; "transportista" significa todo porteador aéreo que transporte o se comprometa a transportar al pasajero o su equipaje en virtud de este contrato, o que realice cualquier otro servicio relacionado con dicho transporte aéreo; "CONVENIO DE VARSOVIA" significa el Convenio para la Unificación de ciertas Reglas relativas al Transporte Aéreo Internacional, firmado en Varsovia el 12 de octubre de 1929, o dicho Convenio tal como lo ha modificado en La Haya el 28 de septiembre de 1955, según sea el caso.

2. El transporte realizado en virtud de este contrato está sujeto a las normas y limitaciones relativas a responsabilidad establecidas por el Convenio de Varsovia a menos que el transporte no sea "transporte internacional" según se define en dicho Convenio.

3. En tanto no se halle en contradicción con el párrafo anterior, todo transporte realizado y demás servicios prestados por cada transportista estarán sometidos a: 1) las disposiciones que figuran en este boleto; 2) las tarifas aplicables; 3) las condiciones de transporte establecidas por el transportista y las reglamentaciones conexas que forman parte del contrato (y que pueden ser consultadas en las oficinas del transportista), excepto en el caso de transporte realizado entre un punto de los Estados Unidos o Canadá y cualquier punto fuera de dichos países, para el cual serán de aplicación las normas vigentes en dichos países.

4. El nombre del transportista puede aparecer abreviado en el boleto, siempre que el nombre completo y su abreviatura figuren en los manuales, condiciones de transporte, reglamentos o horarios del transportista; la dirección del transportista es la del aeropuerto de salida que figura en el boleto frente a la primera abreviatura del nombre del transportista; las escalas convenidas son aquellas paradas que se indican en este boleto o que figuren en los horarios del transportista como escalas previstas en el itinerario del pasajero; el transporte realizado en virtud de este contrato por varios transportistas sucesivos se considerará como una sola operación.

5. El transportista que emite un boleto para transporte por las líneas de otro transportista, actúa sólo como agente de fe.

NOTA.- En transporte doméstico español la responsabilidad del transportista queda limitada de acuerdo con la Ley de Navegación Aérea de 21 de Julio de 1960 y R. Decreto 2333/1963, de 4 de Agosto.

6. Las exenciones o limitaciones de responsabilidad del transportista contenidas en el presente boleto serán de aplicación a sus agentes, empleados y representantes, así como a cualquier persona cuya aeronave utilice el transportista en la ejecución del transporte, y a sus agentes, empleados y representantes.

7. El equipaje facturado será entregado al portador del talón de equipaje. En el caso de daños al equipaje en el transporte internacional deberá presentarse por escrito la oportuna reclamación al transportista inmediatamente después de descubrirse el daño, y a lo sumo, dentro de los 7 días siguientes a la fecha de entrega y en caso de retraso, la reclamación deberá presentarse dentro de los 21 días siguientes a la fecha en que fuera entregado el equipaje. Véanse los manuales o condiciones aplicables para el transporte no internacional.

8. Este boleto es válido por un año desde la fecha de emisión, a menos que se estipule otra cosa en el propio boleto, en los manuales de tarifa del transportista, en las condiciones de transporte o en los reglamentos aplicables. La tarifa para el transporte realizado en virtud del presente contrato está sujeta a modificación antes de iniciarse el viaje. El transportista puede negarse a efectuar el transporte en caso de falta de pago de la tarifa aplicable.

9. El transportista se compromete a esforzarse todo lo posible para transportar al pasajero y equipaje con diligencia razonable. Las horas indicadas en los horarios o en cualquier otra parte no se garantizan ni forman parte de este contrato. En caso de necesidad y sin previo aviso, el transportista puede hacerse sustituir por otro transportista, utilizar otros aviones y modificar o suprimir puntos de parada previstos en el boleto. Los horarios están sujetos a modificación sin previo aviso. El transportista no asume la responsabilidad de garantizar las conexiones.

10. El pasajero deberá cumplir los requisitos gubernamentales del viaje y presentar los documentos de salud, emigración y demás exigidos, así como llegar al aeropuerto a la hora señalada por el transportista o, si no se hubiera fijado ninguna, con la antelación suficiente que le permita complementar los trámites de salida.

11. Ningún agente, empleado o representante del transportista tiene autoridad para alterar, modificar o hacer renunciar a cualquiera de las disposiciones de este contrato.

Número/s de billete/s
y localizador

A 112 839

De acuerdo con la legislación vigente, y en especial con la Ley 2/195 reguladora de los Viajes Combinados y los distintos Reglamentos de Agencias de Viajes de las Comunidades Autónomas, el presente documento, junto con el bono-billete/s cuyos números se reflejan en el mismo, y resto de documentación a que se hace referencia, conforman el contrato de viaje combinado, según las siguientes CLÁUSULAS:

1ª. Son datos que constan en el bono-billete parte de este contrato, los siguientes: los del contratante principal; los de la Agencia Organizadora; los de la Agencia Detallada/Vendedora; la confirmación de la reserva con sus fechas; fecha/s de llegada/s; hora/s aproximada/s de llegada/s; alojamiento/s, su tipo, situación, categoría/clasificación, características, días de estancia y número de comidas a servir; seguro de asistencia u otros, con especificación de si están incluidos en el precio del paquete o son opcionales; servicios turísticos no accesorios del viaje combinado, si los hubiere; requisito de número mínimo de participantes para que pueda realizarse el viaje y fecha límite de información sobre documentación necesaria para el pasajero (pasaporte, DNI, visado, vacunas, etc.); condiciones especiales de viaje para menores.

2ª. Son datos que constan bien en el bono-billete o bien en el programa/boleto que ha dado origen a la oferta del presente contrato de viaje combinado, los siguientes: descripción del viaje, destino/s; requisitos y lugar de presentación a la salida; itinerario; modos de transporte, su clase y categoría del lugar a ocupar, horarios y escalas; fecha/s de llegada/s; hora/s aproximada/s de llegada/s; alojamiento/s, su tipo, situación, categoría/clasificación, características, días de estancia y número de comidas a servir; seguro de asistencia u otros, con especificación de si están incluidos en el precio del paquete o son opcionales; servicios turísticos no accesorios del viaje combinado, si los hubiere; requisito de número mínimo de participantes para que pueda realizarse el viaje y fecha límite de información sobre documentación necesaria para el pasajero (pasaporte, DNI, visado, vacunas, etc.); condiciones especiales de viaje para menores.

3ª. En todo lo referente a inscripciones y reembolsos; prescripciones sobre Apartamentos, Hoteles y Servicios. Alimenticios; servicios turísticos no accesorios; equipajes; documentación; plazo de confirmación reserva; anulaciones y cancelaciones, con especificación de las penalizaciones y condiciones; revisión de precios; modificaciones del contrato; resolución del contrato o cancelación del viaje; consecuencias de la no prestación de servicios; prescripción de acciones; y responsabilidad, se estará a lo estipulado en las Condiciones Generales incluidas en el programa/boleto que ha dado origen a la oferta del presente contrato de viaje combinado. No obstante lo cual, se destacan los siguientes puntos:

a) Los precios están calculados en base al cambio de moneda, tarifas de transporte, combustible y tasas según la fecha que figura en las Condiciones Generales de la Agencia Organizadora. Cualquier cambio en la oferta podrá repercutirse al cliente hasta 20 días antes de la fecha de salida.

b) En caso de cualquier incumplimiento en la ejecución de los servicios, el consumidor se obliga a comunicarlo al prestador de servicios de que se trate y a la Agencia, de manera fehaciente y a la mayor brevedad posible, presentándole "in situ" o en todo caso en las 48 horas siguientes. El plazo de prescripción de las acciones será el

CONTRATO DE VIAJES COMBINADOS

establecido en el Art. 13 de la Ley 2/195.

c) En el supuesto de solicitud de cesión de reserva por parte del consumidor, se estará a lo especificado para el tipo de viaje de que se trate, según se contempla en las Condiciones Generales del programa/boleto o en la descripción del viaje que consta en el mismo.

d) La modalidad de pago será la especificada en las Condiciones Generales del programa/boleto o las pactadas expresamente y fehacientemente con la Agencia Vendedora.

4ª. Los datos de la representación local de la Agencia Organizadora constan en la documentación de viaje.

5ª. Para cualquier aspecto relacionado con la asistencia sanitaria o resto de coberturas aseguradas, si las hubiere, el cliente habrá de contactar directamente con el teléfono de la Cia. Aseguradora que consta en la documentación de viaje. En el supuesto de que no se haya suscrito contrato de asistencia o éste no esté incluido en el precio, el cliente asume toda la responsabilidad que se derive de ello.

6ª. La formalización del presente documento implica que obran en poder del cliente el bono-billete/s que conforman el contrato, así como el programa/boleto que ha dado origen a la oferta del presente contrato de viaje combinado. Condiciones Generales del mismo y resto de documentación que se cita e igualmente que ha sido introducido con anterioridad del contenido de las cláusulas contractuales que integran el presente contrato y que dispone de toda la información pertinente.

El contratante principal, manifiesta disponer de facultades para contratar en nombre de los restantes beneficiarios del viaje integrados en el mismo localizador de reserva e igualmente declara conocer y aceptar todo lo referido en las cláusulas del presente contrato, así como declara expresamente tener conocimiento de los riesgos inherentes al viaje objeto de este contrato.

Nombre del folio y Nº de
página o código oferta

Por el Consumidor/
Contratante Principal

Nota: En el caso de la Comunidad de Cataluña, el cliente reconoce haber leído y aceptado el contrato, redactado en catalán.
SEGUNDA COPIA PARA EL VIAJERO

Aviso a los pasajeros internacionales sobre limitación de responsabilidad

Se informa a los pasajeros que realicen viajes en los que el punto de destino o una o más escalas intermedias se efectúen en país que no sea el de origen de su vuelo, que pueden ser de aplicación a la totalidad de su viaje, incluida cualquier parte del mismo comprendida íntegramente dentro de los países de origen o de destino, las disposiciones del Convenio de Varsovia. Para aquellos pasajeros que viajan hacia, desde o con una escala prevista en los Estados Unidos de América, dicho Convenio y las especiales condiciones del transporte incorporadas a las tarifas aplicables establecen que la responsabilidad de los transportistas que han suscrito esos contratos especiales, está limitada, en la mayoría de los casos de muerte o lesiones personales de los pasajeros, a daños comprobados que no excedan

de 75.000 US\$, por pasajero,* y que esa responsabilidad hasta el límite mencionado, no dependerá de negligencia por parte del transportista. En el caso de aquellos pasajeros que viajan utilizando los servicios de un transportista que no haya suscrito dicho contrato especial, o en un viaje que no origine, finalice, o tenga una parada prevista en algún lugar de los Estados Unidos de América la responsabilidad del transportista por muerte o lesiones de un pasajero está limitada, en la mayoría de los casos, aproximadamente, a 10.000 ó 20.000 US\$. Los nombres de los transportistas que han suscrito dichos contratos especiales están a disposición del público en todas las oficinas de billetes de dichos transportistas y podrán ser examinados previa solicitud.

Por lo general, se puede conseguir una protección adicional suscribiendo una póliza de seguros con una compañía privada del ramo. Este seguro no está afectado por limitaciones de responsabilidad del transportista derivadas del Convenio de Varsovia o de dichos contratos especiales de transporte. Para obtener información complementaria le rogamos consulte a su compañía aérea o a su compañía de seguros representativa.

*Nota.- En el límite de responsabilidad citado de 75.000 US\$ están incluidos las costas y honorarios, excepto en los casos de demandas presentadas en Estados donde las sentencias fijen por separado dichas costas y honorarios, en los que el límite será la suma de 58.000 US\$, con exclusión de costas y honorarios.

